

Opinnäytetyö (AMK)

Ajoneuvo- ja kuljetustekniikka

2020

Aarni Salminen

YRITYKSEN PERUSTAMINEN

– Vanne- ja alustaratkaisujen myynti.

Aarni Salminen

YRITYKSEN PERUSTAMINEN

- Vanne- ja alustaratkaisujen myynti.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään uuden yrityksen perustamista, ja siihen johtavia toimenpiteitä. Ajatus työn toteuttamiseen lähti kirjoittajan omasta kiinnostuksesta yritystoimintaa kohtaan, ja jo pitkään hautuneista suunnitelmista oman yrityksen perustamisesta. Tavoitteena oli luoda suunnittelun kohteena olevalle vanne- ja alustaliikkeelle kattava liiketoimintasuunnitelma samalla perehtyen aihealueiden teoriaan.

Pääasiallisina tietolähteinä toimivat suomalaiset yrityksen perustamiseen ja kehittämiseen keskittyneet verkkosivut ja blogit, joilta löytyy todella kattavasti luotettavaa tietoa yrityksen eri vaiheista. Työ aloitettiin perehtymällä yhä syvemmin yrittäjyyteen ja varsinkin aivan yrityksen elinkaaren alkuvaiheisiin. Teksti alkaa kuvauksella yrityksen perustamisen eri vaiheista aina liikeidean keksimisestä toiminnan käynnistämiseen asti.

Alustavaa liikeideaa on vähitellen suunniteltu jo muutama kuukausi ennen työn aloittamista. Valtaosa työstä käsittelee yrityksen liiketoimintasuunnitelmaa, johon on valittu perusaihealueiden lisäksi juuri vanne- ja alustaliikkeen kannalta merkittävimpiä aiheita. Rahoitus sekä muut irralliset perustamiseen liittyvät asiat on haluttu erottaa omiksi kappaleiksi varsinaisesta liiketoimintasuunnitelmasta selvyiden vuoksi. Työ etenee käsitellen aina tietyn alueen teoriaa, jonka jälkeen sitä sovelletaan esimerkkiyrityksen liiketoimintasuunnitelman luomiseen. Painotus on pidetty vanne- ja alustaliikkeen perustamisen kannalta merkittävimmissä aiheissa.

Työn tuloksena on kattava liiketoimintasuunnitelma sekä hyvä malli vastaavien suunnitelmien toteuttamiseen. Työn aikana opittiin teoriatasolla huomattavasti lisää yritystoiminnan aloittamisesta, sekä huomattiin omassa suunnitelmassa joitain ongelmakohtia, joihin kuitenkin suunnittelun edessä saatiin ratkaisut. Lopussa käsitellään vanne- ja alustaliikkeen perustamiseen liittyviä haasteita, ja mahdollisuuksia, sekä miten ne voitaisiin hyödyntää. Työn tekeminen oli kiinnostava kokemus oman liikeidean kehittämisen ympärillä, ja liiketoimintasuunnitelmaa tullaan mahdollisesti käyttämään vastaavanlaisen yrityksen perustamisessa.

ASIASANAT:

Liiketoimintasuunnitelma, autovarustelu, erikoistuminen

Aarni Salminen

FOUNDING A COMPANY

- Sales of Wheel and suspension systems.

The purpose of this Bachelor's thesis is to go through steps of founding a company and operations that lead to it. The writer has always been interested in business and he has had different kinds of business ideas to develop. The goal was to create a business plan for the wheel and suspension shop and to get more familiar with the theory behind it.

The most important information sources were Finnish business-oriented websites and blogs. They cover a massive amount of reliable information about the different phases a company meets. The work was started with gathering more information about being an entrepreneur and the starting points of creating a business. The text starts by describing the different phases in company founding from the business idea to starting the actual work.

A base for the business idea has already been developed over a few months before even starting this Bachelor's thesis. The business plan covers the major part of the text, and it consists of the basic themes and some additional notable parts which are found important concerning the wheel and suspension shop. Financing and other unattached things are separated in their own sections in the name of clarity. The work proceeds by describing the theory behind each section and after that applying it to develop the business plan for the company of example. Accentuation is firmly in themes which are the most important for the wheel and suspension shop.

The result is a comprehensive business plan and an example model for similar plans. The work gave a lot of new information especially in a theoretical level and pointed out some problem areas which could be already solved as the work proceeded. At the end of the text, some challenges and opportunities a newly founded company may encounter can be found. Also solutions how to take advantage of them are discussed. This Bachelor's thesis was an interesting project to work with my already existing business idea. The business plan created might be used for founding this kind of a company.

KEYWORDS:

Business plan, car equipping, specialization

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 YRITYKSEN PERUSTAMISEN VAIHEET	8
3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	10
3.1 Liikeidea	11
3.2 Yritysmuoto ja rekisteröinti	13
3.3 Asiakaskunnan määrittely	14
3.4 Markkinointi	15
3.5 SWOT-analyysi	18
3.6 Henkilöstö	21
3.7 Myytävät tuotteet ja palvelut	21
3.8 Sijainti ja toimitilat	23
3.8.1 Vuokra- vai omistettu tila?	23
3.8.2 Sijainti ja merkitys	25
3.8.3 Pohjapiirros ja sisustus	26
3.8.4 Jätehuolto ja muu ylläpito	27
4 RAHOITUS	29
4.1 Oma ja vieras pääoma	29
4.2 Tuotteiden hinnoittelu	30
4.3 Laskelmat	32
5 MUUT PERUSTAMISEEN LIITTYVÄT ASIAT	34
5.1 Luvat	34
5.2 Vakuutukset	35
5.3 Pankkipalvelut, maksupäätte ja laskutus	36
5.4 Työkalujen ja tarvikkeiden hankinta	38
6 YHTEENVETO JA POHDINTA	40
LÄHTEET	42

LIITTEET

Liite 1. Rahoituslaskelma.
Liite 2. Kustannuslaskelma.
Liite 3. Liiketoimintasuunnitelma.

KUVAT

Kuva 1. Esimerkkikuva talliosakkeesta (Talliosake n.d.)	25
Kuva 2. Pohjapiirros.	27

KUVIOT

Kuvio 1. Liiketoimintasuunnitelman vaiheet (OnnistuYrittäjänä.fi n.d.b.)	10
Kuvio 2. Kiinteät ja muuttuvat kustannukset (Osaavayrittaja.fi n.d.)	31

TAULUKOT

Taulukko 1. Vanne- ja alustaliikkeen mainossuunnitelma (NikuCreative 2020).	17
Taulukko 2. Vanne- ja alustaliikkeen SWOT-analyysi (Suomen riskienhallintayhdistys n.d.)	19

1 JOHDANTO

Päätös oman yrityksen perustamisesta muuttaa omaa työssäkäyntiä ja rahanansaitsemista usein todella paljon. Enää ei voi luottaa tasaisesti tulevaan palkkaan, pitkiin lomiin tai muihin työntekijälle kuuluviin etuihin. Sen vastineeksi saa kuitenkin yrittäjyyden edut; saa itse päättää mitä työtä tekee ja miten, millaisessa ympäristössä työskentelee ja kenen kanssa, sekä ehkä suurimpana vapautena on itse vastuussa omasta ja yrityksensä menestyksestä. Toki ihmisiä löytyy molempiin luokkiin; toiset eivät vaihtaisi hyvää työpaikkaansa koskaan yrittäjyyden epävarmuuteen, kun taas toiset eivät luopuisi koskaan itsensä työllistämisen vapauksista yrittäjänä palkansaajan sääntöihin.

Kirjoittaja on suunnitellut jo kauan oman yrityksen perustamista ja pohtinut erilaisia vaihtoehtoja ja mahdollisuuksia tähän liittyen. Yrityksen perustaminen autoalalle on aina tuntunut luontevalta omien mielenkiinnonkohteiden sekä koulutuksen tukemana. Minkäänlaisen ns. perinteisen yrityksen (esimerkiksi autokorjaamo tai rengasliike) aloittaminen ei ole ikinä edennyt lyhyttä harkintaa pidemmällä, vaan visiot ovat aina pyörineet jonkinlaisten, tiettyyn alan osa-alueisiin erikoistuneiden liikkeiden perustamisen ympärillä.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään autoalalle perustettavan erikoisliikkeen perustamista. Liike on erikoistunut huippulaatuisiin henkilöautojen jousitus- ja iskunvaimenninmuutoksiin, vanteisiin ja renkaisiin, sekä rata-autojen alustaratkaisuihin. Työn aikana käsitellään uuden yrityksen perustamisvaiheita, huomioon otettavia seikkoja ja päätettäviä asioita. Tavoitteena on luoda kattava liiketoimintasuunnitelma, jota voidaan hyödyntää yrityksen perustamisen eri vaiheissa, esimerkiksi rahoitusta haettaessa, ja jonka ääreen voidaan palata yrityksen kehittyessä ja kasvaessa. Tarkoituksena on myös saada selvyys yrityksen toiminnan kannattavuudesta, ja löytää mahdollisia liikeidean ongelmakohtia.

Tietoa uuden yrityksen perustamisesta löytyy alan verkkosivuilta todella kattavasti. Suomessa yrityksen perustaminen ja toiminnan aloittaminen on tiedonsaannin osalta tehty helpoksi, vaikka melkoinen määrä byrokratiaa siihenkin kuuluu. Teoriaosuuden tietolähteinä käytetään laajasti liiketalouteen keskittyneitä verkkosivuja ja blogeja, joilta koostetaan tärkeimmät ydinkohdat omaan työhön. Myös kirjoittajalle itselleen on kertynyt melko laaja tietämys ja omat näkökulmansa yritystoiminnasta. Jokaisesta asiasta pyritään esitteleämään hieman teoriaa, jonka jälkeen pohditaan kuinka kyseinen osa-alue tullaan toteuttamaan vanne- ja alustaliikkeen kohdalla.

Työ alkaa esittelemällä yrityksen perustamisen vaiheita, jotka jokaisen uuden yrittäjän on käytävä läpi. Näihin kuuluvat vaiheet aina liikeidean kehittamisestä yrityksen rekisteröintiin, rahoituksen suunnitteluun ja toiminnan aloittamiseen. Liiketoimintasuunnitelman tekeminen kattaa ehdottomasti suurimman osa työstä. Suunnitelmaan pyritään kirjamaan kaikki perustamisessa huomioitavat asiat vähintään nimellisesti. Markkinointi ja toimitila nousevat liiketoimintasuunnitelmassa isoon rooliin, sillä niiden katsotaan olevan kyseisen perustettavan yrityksen toiminnan kannalta isoimmissa rooleissa.

Rahoitus on erotettu omaksi kohdakseen, vaikka se onkin tärkeä osa liiketoimintasuunnitelmaa. Yrityksen rahoituksen suunnittelun ja kustannuslaskelman tekemisen avulla pyritään saamaan realistinen kuva toiminnan tuottavuudesta ja jatkuvuudesta.

Ennen lopun pohdintaa käsitellään muita, varsinkin vanne- ja alustaliikkeen kannalta, merkittäviä seikkoja, jotka ovat yrityksen toimimisen kannalta välttämättömiä. Näihin kuuluvat esimerkiksi tarvittavat luvat ja vakuutukset, joita ei haluta liittää osaksi liiketoimintasuunnitelmaa, vaan jotka halutaan käsitellä lyhyesti erillisinä asioina.

Lopputuloksena tulee olemaan arvio yrityksen liiketoiminnan kannattavuudesta, sekä mahdollisista yrityksen alkuaikoina kohtaamista haasteista ja mahdollisuuksista. Työn aikana pyritään myös paikallistamaan mahdollisia vielä huomaamatta jääneitä ongelmakohtia. Työ päätetään pohdintaan uuden yrityksen perustamisesta, ja liiketoiminnan aloittamisesta, sekä vanne- ja alustaliikkeen suurimmista vahvuuksista ja heikkouksista, ja miten liikeidea tulisi mahdollisesti vielä muokata.

2 YRITYKSEN PERUSTAMISEN VAIHEET

Oman yrityksen perustamisen taustalla voi olla monia eri syitä; halu vapautua työssäkävijän arkirutiineista, halu alkaa päättämään itse omista työaikatauluista, mahdollisuus ottaa oikeasti itse vastuuta omasta tekemisestä (niin hyvässä kuin pahassa) tai vaikka halu oppia koko ajan työnsä kautta lisää. Sanonta yrittäjästä, joka työskentelee 80 tuntia viikossa itselleen välttääkseen 40 tuntia jollekin muulle työskentelyn pätee varmasti monien intohimoiseen yrittäjään. Päätös yrityksen perustamisesta tulee kuitenkin lähtökohteisesti uudelta yrittäjältä, joka haluaa muuttaa jotain.

Yrityksen perustamisen suunnittelu on hyvä aloittaa miettimällä, onko itse valmiina yrittäjyyden tuomiin haasteisiin. Todennäköisesti päättäessä yrittäjäksi ryhtymisestä on jo tutustunut yrittäjyyden hyviin ja huonoihin puoliin, mutta vielä tässä vaiheessa suunnitelmien peruminen on helppoa. Lukiessa yrittäjyyttä käsitteleviä nettisivuja tai artikkeleita ja jutellessa kokeneiden yrittäjien kanssa saa varmasti hyvän kuvan aiheesta. Samalla aloittaa oppimisen yrittäjänä toimimisesta, mikä tulee jatkumaan koko yrittäjäuran ajan.

Yrityksen perustaminen vaatii liikeidean, jonka tulisi olla jo melko selkeä päättäessä yrityksen perustamisesta. Liikeidean ei tarvitse olla vielä loppuun hiottu ja viimeistelty, mutta selkeä idea pitäisi jo olla olemassa. Kun liikeidea on selvillä ja päätös yrityksen perustamisesta on tehty, aletaan käytännön tasolla suunnittelemaan yritystoiminnan aloittamista.

Esimerkillinen suunnittelu lähtee liiketoimintasuunnitelman aloittamisella. Kuten myöhemmin tekstissä huomataan, liiketoimintasuunnitelma on erinomainen työkalu oman yritysideoan dokumentoimiseen, testaamiseen ja kehittämiseen. Suunnitelma tulee luomaan, kattavuudestaan riippuen, ainakin jonkinlaisen perustan kaikille yrityksen toiminoille. Luonnollisesti liiketoimintasuunnitelma elää ja kehittyy kasvavan yrityksen mukana, mutta suunnitelmaan palaamalla tulee saada aina selkeä kuva yrityksen suunnitelmista ja toiminnoista. (Wirma n.d.)

Kun liiketoimintasuunnitelma alkaa olemaan valmis ja liikeidea on todettu ainakin suunnittelun tasolla toimivaksi, aletaan suunnitelmaan toteuttaa. Päätetään yritysmuoto, tehdään patentti- ja rekisterihallitukselle yrityksen perustamisilmoitus, hankitaan toimitilat, mahdolliset luvat ja vakuutukset, järjestetään kirjanpito, aloitetaan markkinointi ja toivotaan ensimmäiset asiakkaat tervetulleiksi.

Nyt yritys on perustettu, ja se on aloittanut toimintansa. Tästä eteenpäin lähes kaikki on yrittäjästä kiinni. Ensimmäiset kuukaudet ja jopa ensimmäinen vuosi voivat olla uudelle yritykselle ja yrittäjälle vaikeita, mutta se osittain jopa kuuluu asiaan. Seuraavana päämääränä on tehdä toiminnasta kunnolla kannattavaa, mahdollisesti laajentaa toimintaa ja palkata ensimmäiset työntekijät, ja ennen kaikkea jatkaa uuden tiedon keräämistä ja kehittymistä.

3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma toimii yrityksen toimintaohjeena, joka muuttuu ja kehittyy yrityksen kasvun mukana. Liiketoimintasuunnitelmasta tulisi selvittää mahdollisimman selvästi yrityksen liikeidea, tavoitteet, tulevaisuuden suunnitelmat, markkinointi ja rahoitus. Esimerkiksi mahdollisen rahoittajan luettua yrityksen liiketoimintasuunnitelma, hänellä pitäisi olla hyvä kuva yrityksen kaikista keskeisistä toiminnoista ja suunnitelmista. Liiketoimintasuunnitelmien tekoon löytyy monia erilaisia ohjeita, mutta todellisuudessa jokaisen yrityksen suunnitelmasta tulee omanlaisensa kyseisen yrityksen toimialan, suunnitelmien ja koon mukaan. Alla olevassa kuvassa on esitetty tärkeimmät liiketoimintasuunnitelman runko-osat, jotka jokaisesta suunnitelmasta vähintään tulisi löytyä. (OnnistuYrittäjänä.fi. n.d.a.)

Liiketoimintasuunnitelman vaiheet



Kuvio 1. Liiketoimintasuunnitelman vaiheet (OnnistuYrittäjänä.fi n.d.b.)

Liiketoimintasuunnitelma on kokonaisuutena laaja ja ehkä jopa monimutkainen käsite, mutta eri osa-alueisiin purettuna sen kokoaminen on helpompaa. Suunnitelmaa tehdessä yrityksen toiminnan jokainen osa-alue joutuu tarkasteluun, ja samalla voidaan löytää ratkaisuja kohdattuihin ongelmakohtiin tai paikallistaa tulevia ongelmia jo yrityksen alkuvaiheilla. (Yrityksen-perustaminen.net n.d.a.)

Liiketoimintasuunnitelman tekeminen ei ole mitenkään säädelty pakollinen vaihe yrityksen perustamisessa mutta esimerkiksi hakiessa yritykselle ulkopuolista rahoitusta tai lähes mitä tahansa yritysasiantuntijoiden neuvoja, suunnitelma vaaditaan. Lisäksi oman

suunnitelman kirjaaminen ylös liiketoimintasuunnitelman muodossa on todennäköisesti jokaiselle yrittäjälle niin voimakas työkalu yrityksen kehittämisessä, että sen tekemättä jättäminen voi tuntua hieman jopa laiskuudelta. (Yrityksen-perustaminen.net n.d.a.)

Seuraavissa kappaleissa tullaan käsittelemään vanne- ja alustaliikkeen liiketoimintasuunnitelmaa mahdollisimman kattavasti, ja luomaan toimiva suunnitelma yrityksen perustamisella. Liiketoimintasuunnitelmaan on pyritty valitsemaan kyseisen yrityksen perustamisen kannalta kaikkein keskeisimmät osa-alueet, ja tarkastelemaan niitä realistisesti monesta eri näkökulmasta. Vanne- ja alustaliikkeen koostettu liiketoimintasuunnitelma löytyy liitteestä kolme.

3.1 Liikeidea

Liikeidea kertoo mitä tuotetta ja/tai palvelua yritys myy, kenelle ja miten. Kun aletaan miettimään yrityksen perustamista, liikeidean alkuna voidaan pitää ensimmäisiä asioita, jotka tulevat mieleen omaa uutta yritystä ja sen toimintaa miettiessä. Osana liiketoimintasuunnitelmaa liikeidea antaa kiteytetyn version yrityksen toiminnasta; myytävät tuotteet/palvelut, suunniteltu asiakaskunta ja markkinointi voidaan käsitellä omina osioinaan vielä paljon yksityiskohtaisemmin. (Silja Eisto 2018.)

Liikeideasta tulee kuitenkin käydä ilmi yrityksen tarjoamat tuotteet/palvelut, vähintään suppea asiakaskunnan määrittely ja tavat, joilla tuotteet saadaan markkinoitua uusille asiakkaille. Tärkeää on tuoda esille mitä sellaista uusi yritys tarjoaa, millä se erottuu kilpailijoistaan, ja saa asiakkaat siirtymään omien tuotteidensa käyttäjiksi. Alla on selostettu vanne- ja alustaliikkeen liikeidea, joka selkeyttää termiä huomattavasti.

Vanne- ja alustaliikkeen liikeidea on perustaa myynti-, huolto- ja asennusliike, joka on erikoistunut pääosin vain korkealaatuisiin henkilöauton alustoihin, vanteisiin, renkaisiin, sekä omana osa-alueenaan rata-autojen jousitus- ja iskunvaimenninratkaisuihin. Tuotteisiin kuuluvat henkilö- ja pakettiautojen laadukkaat iskunvaimentimet, jouset, ilmajousitukset ja niiden osat, vanteet, renkaat, kaikki asennusosat, sekä rata-autojen iskunvaimentimet, jouset ja asennusosat. Palveluihin kuuluvat kaikkien myytävien tuotteiden asennus ja huolto, nelipyöräsuuntaukset ja tehtyjen muutosten katsastusten järjestäminen ulkopuolisella yhteistyökumppanilla. Tarkoituksena on tarjota auton alustoihin ja vanteisiin niin sanottu avaimet käteen -palvelu, joka kattaa kaiken erilaisten vaihtoehtojen esittelystä, asennuksiin ja katsastuksiin. Tuotteet valitaan aina asiakkaan

vaatimusten mukaan valmiista sarjoista yksilöllisesti tehtyihin ja säädettyihin alustoihin, kuitenkin aina huippulaatua ylläpitäen.

Kirjottajan suorittaman tutkinnan ja havaintojen pohjalta täysin vastaavanlaista palvelua tarjoavaa liikettä ei Suomesta ole löytynyt, joten suoranaista kilpailua kyseisellä alalla ei ole. Osa perinteisistä autokorjaamoista ja rengasliikkeistä asentaa alustasarjoja ja van-teita, joiden lisäksi löytyy vain suurempiin kustomointeihin erikoistuneita toimijoita. Erityisesti tähän alan osa-alueeseen erikoistuneita liikkeitä ei siis tiettävästi Suomessa ole. Suurin syy alan toimijoiden puutteelle on varmasti erittäin rajattu asiakaskunta, johon kuuluvat oman autonsa muokkaamisesta kiinnostuneet maksuvalmiit ihmiset, jotka ovat valmiita käyttämään rahaa todella laadukkaisiin tuotteisiin ja palveluun. Asiakaskunta määritellään tarkemmin myöhemmin tekstissä.

Pohjan yrityksen toiminnalla luo jo olemassa oleva osakeyhtiö, joka ostaa suomalaisen pääosin rata-autojen alustojen myyntiin, huoltoon ja asennuksiin erikoistuneen pienen yrityksen. Ostettavan yrityksen kautta saadaan osa tarvittavista erikoistyyökaluista, mutta huomattavasti suurempana etuna yrityksen ostamiselle on entisten yrittäjien kautta saatavat suhteet ja vuosien ammattitaito. Yrityksen mukana siirtyvät hyvät suhteet alustavalmistajiin ja osien toimittajiin, asiakkaisiin ja muihin yhteistyökumppaneihin, sekä yrittäjien pitkä kokemus alalta ja valmius auttaa tulevien ongelmakohtien kanssa.

Osakeyhtiöön vanne- ja alustaliikkeelle luodaan oma aputoiminimi, jolla yrityksen toiminnot erotetaan. Nimen suunnitteluun käytetään aikaa, koska se tulee olemaan lähes koko yrityksen markkinoinnin ja brändin luomisen ydin. Yritykselle pyritään luomaan todella vahva oma brändi, jolla tunnettavuuden luominen aloitetaan. Yrityksen nimeä (brändiä) käytetään esimerkiksi kaikessa mainonnassa, sosiaalisen median julkaisuissa, toimitilojen sisustuksessa ja työntekijöiden vaatteissa. Kyseiselle toimialalla perustettavan yrityksen pitää pystyä hankkimaan omat asiakkaansa yksi kerrallaan, ja levittämään tietoutta kyseisten palvelujen olemassaolosta. Asiakkaille pitää luoda tarve, johon vanne- ja alustaliike vastaa.

Tulevaisuuden mahdollisuuksiin kuuluvat toiminnan laajentaminen autovarustelun muihin osa-alueisiin. Näitä ovat esimerkiksi pienet teippaukset ja maalaukset, korinosien vaihdot ja lisävalot. Suunnitelmiin voi tulla myös toisen liikkeen perustaminen.

3.2 Yritysmuoto ja rekisteröinti

Yritystoimintaa aloittaessa tulee valita sopiva yritysmuoto, jonka valintaan vaikuttavat esimerkiksi perustajien lukumäärä, tarvittava pääoma, verotus ja yrityksen tulevaisuuden suunnitelmat. Suomessa yleisimmät harjoitettavat yritystoiminnan muodot ovat yksityinen elinkeinonharjoittaja (toiminimi), avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö ja osuuskunta, joiden lisäksi on muutamia harvinaisempia yritysmuotoja. Lähtökohtaisesti alkavalla yrittäjällä on mahdollisuudet valita mistä tahansa edellä luetelluista yritysmuodoista mutta omaa toimintaa suunnitellessa selviää yleensä itselle mieluisin vaihtoehto. (Uusyrityskeskus 2020a.)

Uuden yrityksen perustamistoimet ja ilmoitusvelvollisuudet vaihtelevat hieman perustettavan yritysmuodon mukaan, mutta kaikissa tapauksissa elinkeinonharjoittaja on velvollinen tekemään perustamisilmoituksen (Suomen Yrittäjät n.d.a.). Ilmoitus tehdään patentti- ja rekisterihallituksen kauppa-, yhdistys- tai säätiörekisteriin ja tarvittaessa Verohallinnon arvonlisävelvollisten rekisteriin, ennakkoperintä- ja työnantajarekisteriin (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä n.d.).

Vanne- ja alustaliikkeen yritysmuotona tulee olemaan osakeyhtiö, sillä yrityksen perustajalta löytyy jo hieman kokemusta autoalan yrittämisestä osakeyhtiön kanssa. Vuonna 2016 perustetun yhtiön toiminta on ollut todella pienimuotoista, jonka vuoksi se otetaan hyötykäyttöön uuden yrityksen pohjaksi. Vanne- ja alustaliikkeelle perustetaan oma apu-toiminimi osakeyhtiön alle, jolla sen toiminta erotetaan selkeästi muusta yrityksen toiminnasta.

Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi henkilö tai yhteisö, ja se soveltuu kaikenlaiseen liiketoimintaan. Osakeyhtiöstä muodostuu itsenäinen oikeushenkilö, ja osakkeenomistajat ovat vastuussa yhtiön sitoumuksista vain sillä pääomalla, jonka he ovat sijoittaneet yhtiöön mahdollisten lainatakausten lisäksi. Osakeyhtiön perustamisdokumentteihin kuuluvat kaikkien osakkeenomistajien allekirjoittama perustamissopimus, ja siihen liitettävä yhtiöjärjestys. Lisäksi vaaditaan patentti- ja rekisterihallitukselle tehtävä perustamisilmoitus. Vaatimus osakeyhtiön 2500 euron vähimmäisosakepääomasta poistui 1.7.2019, eli uusi yhtiö voidaan perustaa ilman alkupääomaa. (Suomen Yrittäjät 2019; Uusyrityskeskus 2020b.)

3.3 Asiakaskunnan määrittely

Yritystä perustettaessa on tärkeää käyttää aikaa oman tulevan asiakaskuntansa määrittelyyn. Yrityksellä tulee olla edes suuntaa antava asiakasprofiili, joka kuvaa yrityksen keskiverto asiakasta. Todenmukainen profiili voidaan luoda vasta asiakaskunnasta kerätyn datan perusteella, mutta uudella yrityksellä tulee olla selkeä mielikuva, kenelle oman yrityksen palvelut on suunnattu (Kanava.to n.d.)

Uuden yrityksen asiakaskunnan määrittelyllä voidaan ensimmäisenä todeta, onko kohderyhmään kuuluvia asiakkaita tarpeeksi yrityksen suunnitellulla toimialueella kannattavan yritystoiminnan käynnistämiseksi. Jos asiakaskunta näyttää jo tässä vaiheessa lähes olemattomalta, tulee miettiä, voisiko kohderyhmää laajentaa tai pitääkö yrityksen kehittää liikeideaansa laajemman asiakaskunnan tavoittamiseksi.

Yrityksen suunnitellun asiakaskunnan tulisi näkyä lähes kaikessa mitä yritys tekee; milaista markkinointi on, missä mahdollinen toimitila sijaitsee ja miten se on sisustettu, yksityiskohtaisesti mitä tuotteita myydään ja ennen kaikkea mistä ne on hankittu ja missä valmistettu. Asiakkaat ovat yrityksen elinehto, ja valituille asiakkaille tulisi tarjota juuri heitä miellyttävää palvelua, jotta he palaavat takaisin yrityksen palveluiden pariin ja kertovat viestiä eteenpäin. Suppeaan asiakaskuntaan suuntautuvan yrityksen on helpompi kokeilla erikoisempia toimintatapoja oman asiakaskuntansa mieltymysten mukaan, kun taas laajempaan asiakaskuntaan keskittyneen yrityksen tulee huomioida huomattava määrä erilaisia asiakkaita. Asiakaskunnan määrittelyn huomataan olevan erittäin tärkeä osa yrityksen markkinointia, jota käsitellään myöhemmin.

Vanne- ja alustaliikkeen asiakaskunnan määrittely on lähtenyt kirjoittajan omista kokemuksista ja havainnoista suomalaisesta autokulttuurista. Omistajan mieltymysten mukaan muokattuja autoja näkee liikenteessä yhä enemmän, ja yhä useammin näitä muutoksia on tehty jopa uudehkoihin ja arvokkaisiin autoihin. Kiistämättä autorakentelijoista varmasti suuri osa on nuorehkoja miehiä, jotka omana harrastuksenaan rakentelevat autoja, mutta he eivät lähtökohtaisesti kuulukaan perustettavan yrityksen ensisijaiseen kohderyhmään. Kohderyhmään kuuluvat noin 30–50-vuotiaat, todennäköisesti suuremmassa osassa miehet, jotka ovat halukkaita käyttämään rahaa oman autonsa varusteluun ja ulkonäön parantamiseen laadukkailla tuotteilla loistavan palvelun saattelemana.

Kilpa-autojen alustat muodostavat oman asiakaskuntansa, johon kuuluvat pääosin suomalaiset ja Suomessa kilpailevat rata-ajotiimit ja kuljettajat, jotka haluavat varustaa

autonsa huippulaadukkailla iskunvaimennin- ja jousisarjoilla. Suuri osa kilpa-autopuolen asiakkaista tulee todennäköisesti olemaan yhden auton tiimejä tai yksityisiä kuljettajia.

3.4 Markkinointi

Edellisessä kappaleessa käsiteltiin yrityksen asiakaskunnan määrittelyä, jonka avulla selvitetään, kenelle yritys on omia tuotteitaan myymässä. Asiakaskunnan määrittely on ensimmäinen vaihe yrityksen markkinoinnin suunnittelussa. Ennen markkinoinnin suunnittelun aloittamista on hyvä tutkia myös mahdollisia kilpailijoita ja heidän markkinointiaan.

Yrityksen markkinoinnilla tarkoitetaan kaikkia toimenpiteitä, joilla pyritään käynnistämään tai edistämään myyntiä. Hyvän markkinoinnin voidaan katsoa olevan eräänlainen yrityksen elinehto; vaikka tarjottava tuote tai palvelu olisi kuinka erinomainen, asiakkaiden pitää silti tietää sen olemassaolosta. Markkinointikeinojen avulla luodaan suunnitelma, joka ottaa ensisijaisesti huomioon minkälaiselle asiakkaalle tuotetta ollaan markkinoimassa, ja miten hänet saadaan kiinnostumaan tuotteesta. Markkinoinnin tavoitteena on saada asiakkaat kiinnostumaan yrityksestä ja sen tuotteista, synnyttää ja ylläpitää asiakassuhteita, sekä lopulta hankkia yritykselle lisää asiakkaita. Tämä onnistuu vakuuttamalla asiakas, että hän saa yritykseltä jotain erilaista, parempaa tai enemmän verrattuna kilpaileviin yrityksiin. (Uusyrityskeskus 2020c.)

Markkinoinnin suunnittelussa on hyvä pyrkiä tarkastelemaan yrityksen markkinointia asiakkaan näkökulmasta. Mihin asiakas kiinnittää mainonnassa huomiota? Onko mainonnassa keskitytty olennaiseen? Ja ennen kaikkea, jos asiakas on tähän asti hankkinut palvelunsa joltain muulta yritykseltä, mitä sellaista hänelle pystytään tarjoamaan ja miten viesti saadaan kaikkein selkeimmin perille, jotta asiakas haluaa vaihtaa palveluntarjoajansa. Toisaalta kyseessä voi olla myös täysin ainutlaatuinen yritys, jolla ei vielä ole kilpailijoita. Siinä tapauksessa kysymykseksi nousee, miten uuden yrityksen tarjoamasta tuotteesta tehdään kiinnostava, ja miten sille luodaan tarvetta, eli miten asiakkaat huomaavat tarvitsevansa tuotetta, jonka olemassaolosta he eivät aiemmin välttämättä edes tiedäneet. (OnnistuYrittäjänä.fi n.d.c.)

Markkinointisuunnitelmaan ei ole olemassa tiettyä kaavaa, jonka mukaan suunnitelma luodaan, vaan se vaihtelee paljon yrityksen mukaan. Yksinkertaisesta markkinointisuunnitelmasta tulisi selvittää ainakin:

- markkinoinnin tavoite
- mitä myydään, mihin tarpeeseen ja kenelle
- kanavat, joissa asiakkaat kohdataan (verkkosivut, lehtimainokset, televisiomainokset jne.)
- jokaiselle kanavalle oma suunnitelma (tavoite, toteutus, kustannukset, seuranta)
- suunnitellun markkinoinnin aikataulu
- toteutuneen markkinoinnin seuranta, eli saavutettiin tavoitteet. (NikuCreative 2020.)

Markkinointisuunnitelma muodostuu jokaiselle yritykselle omanlaisekseen omien tavoitteiden, myytävien palveluiden ja käytettävän budjetin mukaan. Suunnitelman avulla pystytään varmistamaan, että markkinointiin käytetyt panostukset on kohdistettu oikein, valitut kanavat ja toimenpiteet ovat tehokkaita ja tavoitteita voidaan seurata. Jos tavoitteet eivät jostain syystä täyty, suunnitelmaa on helppo tarkastella jälkeen päin ja päättää muutoksista onnistuneen markkinoinnin luomiseksi. (Puranen 2018.)

Vanne- ja alustaliikkeen alkuvuosien toiminnassa markkinointi tulee olemaan todella isossa roolissa, koska tämänkaltaista palvelua ei ainakaan tietävästi ole Suomessa vielä tarjolla. Aloittavan yrityksen markkinointiin varattu budjetti on kuitenkin aina rajallinen, jonka vuoksi markkinointi tulee tapahtumaan hyvin pitkälti verkossa ja kansallisissa autoalan tapahtumissa, joissa mahdolliset asiakkaat ovat paikalla, ja heidät voidaan tavoittaa helposti. Pienen markkinointibudjetin ja uuden yrityksen olemattoman tunnettavuuden vuoksi markkinointisuunnitelman huolellinen pohtiminen on tärkeää, jotta markkinoinnista saadaan tehokasta.

Markkinoinnin valtteina tulevat olemaan tämänhetkinen alan olematon tarjonta, yrittäjän kilpa-ajotausta, kokemus vastaavasta työstä sekä erittäin ammattitoinen ja henkilökohmainen palvelu. Myös yrityksen tarkkaa erikoistumista kyseiselle alalle pyritään korostamaan ammattimaisen kuvan luomiseksi. Heti alusta alkaen vahvan brändin kasvattaminen otetaan markkinoinnin yhdeksi päätavoitteista, joka tulee varsinkin jo tunnettavuutta kerättyään toimimaan loistava markkinoinnin työkalu.

Markkinoinnin pohjaksi luodaan tyylikkää verkkosivut ja Facebook-sivu, joilta löytyvät helposti kaikki perustiedot yrityksestä. Yrityksen nettisivujen kautta saadaan myös jokaiselle yritykselle kuuluvat sähköpostiosoitteet omilla osoitteilla. Kun asiakas oikeasti haluaa löytää juuri kyseisestä yrityksestä tietoa, sen pitää olla helposti ja selkeästi saatavilla. Näiden lisäksi luodaan aktiivisesti ylläpidettä Instagram-tili ja omien

mahdollisuuksien mukaan vielä YouTube-kanava. Varsinkin sosiaalisen median sivuille pyritään luomaan sisältöä omasta toiminnasta, ja sen ulkopuoleltakin, jotta tileille pystyttäisiin saavuttamaan mahdollisimman hyvä orgaaninen kattavuus jopa sen hetkisen oman asiakaskunnan ulkopuoleltakin. Tällä pyritään tekemään omaa brändiä tutuksi kaikkien asiasta hiemankaan kiinnostuneiden kesken, ja varmistamaan uusien henkilöiden sitouttaminen omaan asiakaskuntaan.

Markkinointiin kuuluvat myös autoalan tapahtumat, joissa pyritään olemaan erittäin aktiivisesti paikalla. Messuosasto esimerkkituotteiden ja näyttelyauton kanssa on hyvä mahdollisuus päästä keskustelemaan mahdollisten asiakkaiden kanssa ja herättää oikeasti huomiota kiinnostuneiden joukossa. Toimitilat kuuluvat myös osaltaan yrityksen suorittamaan markkinointiin, jonka vuoksi niiden sisustukseen ja ulkonäköön kiinnitetään huomiota. Varsinkin vahvan brändin luomisen kannalta on erittäin tärkeää, että kaikki vanne- ja alustaliikkeen markkinointi noudattaa samoja linjoja ja on teemaltaan ja ulkonäöltään samankaltaista aina Facebook-sivuista näyttelymainontaan asti. Esimerkiksi mainoksien ulkonäöstä ja luonteesta tulee heti pystyä huomaamaan, kenen mainos on kyseessä.

Alla on esitetty esimerkiksi tehty vanne- ja alustaliikkeen suuntaa antava markkinointisuunnitelma. Suunnitelman tavoitteena on vielä tällä hetkellä enemmänkin kirjata ylös mitä keinoja ja kanavia markkinoinnissa tulisi yrityksen perustamis- ja alkuvaiheilla käyttämään, kuin kertoa oikeasti täsmällisen suunnitelman tavoin, miten markkinointi tulee etenemään. Suunnitelma kuitenkin antaa selkeät suuntaviivat mistä yrityksen markkinointi tulee koostumaan.

Taulukko 1. Vanne- ja alustaliikkeen mainossuunnitelma (NikuCreative 2020).

Tavoite/tehtävä	Tuotettava materiaali	Aikataulut	Seuranta
Verkkosivut			
<ul style="list-style-type: none"> - Tarpeellinen tieto yrityksestä - Tuotteiden esittely 	<ul style="list-style-type: none"> - Aina ajankohtaiset tuotetiedot - Ilmoitukset poikkeustilanteista 	<ul style="list-style-type: none"> - Päivitetään vain tarvittaessa 	<ul style="list-style-type: none"> - Asiakaspalaute, onko tieto ollut helposti ja selkeästi saatavilla
Facebook			
<ul style="list-style-type: none"> - Ohjaus verkkosivuille - Kiireiset uutiset - Toimia verkkosivuja rennommin 	<ul style="list-style-type: none"> - Mainokset ja kampanjat - Harvoin muutakin asiaa 	<ul style="list-style-type: none"> - 1–3 kertaa viikossa uutta materiaalia 	<ul style="list-style-type: none"> - Palvelun omat seurantatyökalut - Julkaisuihin sitoutuminen - Tykkäykset ja jaot

			<ul style="list-style-type: none"> - Orgaaninen kattavuus ja markkinoinnit erikseen - Johdonmukainen kasvu
Instagram			
<ul style="list-style-type: none"> - Ohjaus verkkosivuille - Kiireiset uutiset - Huomattavasti "rennoin" kanava 	<ul style="list-style-type: none"> - Rennommin asiaa toiminnasta - Myös ei suoraan toimintaan liittyvää asiaa - Mainokset ja kampanjat 	<ul style="list-style-type: none"> - Vähintään kerran päivässä uutta asiaa 	<ul style="list-style-type: none"> - Palvelun omat seurantatyökalut - Katselukerrat, kommentit, tykättykset ja jaot - Orgaaninen kattavuus ja markkinoinnit erikseen - Johdonmukainen kasvu
YouTube			
<ul style="list-style-type: none"> - Brändin luomista varten - Suuremman yleisön kerääminen 	<ul style="list-style-type: none"> - Koostevideoita erikoisemmista töistä - Yleistä rentoa asiaa jotenkin asiaan liittyen 	<ul style="list-style-type: none"> - Pyritään luomaan suhteellisen tasaisen julkaisuväli, esimerkiksi kahden viikon välein 	<ul style="list-style-type: none"> - Katselukerrat ja kommentit - Johdonmukainen kasvu
Tapahtumat			
<ul style="list-style-type: none"> - Käytännössä paikalla oleminen ja oman asian esittelyt 	<ul style="list-style-type: none"> - Erikoistarjoukset - Henkilökohtainen esittely tuotteista 	<ul style="list-style-type: none"> - Tapahtumajärjestäjien aikataulujen mukaan - Yleensä eniten keväisin - 4–8 näyttelyä vuodessa 	<ul style="list-style-type: none"> - Tapahtuman aikana luodut kaupat - Tapahtuman seurauksena luodut kaupat - Tapahtuman jälkeinen seurantamäärien ja verkkosivujen vierailukertojen kasvu

3.5 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi eli nelikenttäanalyysi on yleisesti käytetty hyvin yksinkertainen työkalu yritystoiminnan analysointiin. Lyhenne SWOT tulee englannin kielen sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). Analyysiin kerätään yrityksen sisäiset vahvuudet ja heikkoudet, sekä tulevaisuuden ulkoiset mahdollisuudet ja uhat. Nelikenttäanalyysillä voidaan ryhmitellä monia yrityksen toimintaan vaikuttavia tekijöitä selkeästi tulkittavaan muotoon ja löytää uusia tapoja oman toiminnan ja palveluiden kehittämiseen ja toteuttamiseen, sekä vähentää toimintaan mahdollisesti liittyviä uhkia. (Suomen riskienhallintayhdistys n.d.)

Kun osa-alueet on pohdittu eri näkökulmista ja kirjattu nelikenttiin, suoritetaan analyysin toinen vaihe, eli luodaan yrityksen sisäisten ja ulkoisten ominaisuuksien pohjalta toimitasuunnitelma. Suunnitelmasta tulee käydä ilmi, miten tunnistetut vahvuudet käytetään mahdollisimman tehokkaasti yrityksen hyödyksi, heikkouksien minimoiminen ja kääntäminen yrityksen eduksi, tulevaisuuden mahdollisuuksien tunnistaminen ajoissa sekä uhkien väistäminen ja niihin varautuminen. (Suomen riskienhallintayhdistys n.d.)

Taulukko 2. Vanne- ja alustaliikkeen SWOT-analyysi (Suomen riskienhallintayhdistys n.d.)

Vahvuudet <ul style="list-style-type: none"> • Ei juurikaan kilpailua • Erikoistuminen omaan alansa tiettyyn osa-alueeseen • Takana ostetun yrityksen vuosien kokemus • Yrittäjän monipuolinen kokemus alasta 	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none"> • Varsinkin alkuun tarvitaan vierasta pääomaa • Asiakaskunta todella rajattu • Tunnettavuus pitää luoda tyhjästä
Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none"> • Olla tämän osa alueen johtava toimija • Laajentaa toimintaa muuhun auto-varusteluun • Ryhtyä maahantuojaksi erityisesti omille tuotteille • Brändin vahvistuttua omat ”fani-tuotteet” 	Uhat <ul style="list-style-type: none"> • ”Turha palvelu”, josta luovutaan helposti • Tulevat kilpailijat • Autoilun kehityksen suunta

Vahvuudet: Isoimpiin vahvuuksiin kuuluvat ehdottomasti ostettavan yrityksen tuki, suhteet ja vuosien kokemus. Tämä mahdollistaa yritystoiminnan eräänlaisen jatkamisen, sillä ihan kaikkea ei tarvitse aloittaa alusta. Alalla ei ole juurikaan kilpailua, mikä mahdollistaa oikealla markkinoinnilla johtavan aseman hankkimisen kyseisellä alalla. Tiettyyn osa-alueeseen erikoistuminen helpottaa oman yritystoiminnan suunnittelua ja kehittämistä, sekä antaa asiakkaille luotettavan ja kuvan asiantuntevasta yrityksestä. Yrittäjän monipuolinen kokemus erilaisista autojen rakennusprojekteista, kilpa-ajotausta ja

vuosien kiinnostus alaa kohtaan tuovat kokemusta yritykseen. Suuri kiinnostus ajaa myös jatkuvaan lisätiedon hankintaan ja kehittymiseen.

Heikkoudet: Varsinkin yrityksen alkuvaiheilla tarvitaan kymmeniä tuhansia vierasta pääomaa, joka tullaan hankkimana pääosin pankkilainana tai muiden yrittäjiä rahoittavien toimijoiden kautta. Lainan ottamiseen liittyy aina omat riskinsä, mutta järkevällä suunnittelulla yrityslainan ottamiselle ei ole mitään estettä. Asiakaskunta tulee olemaan todella rajattu, joka tarkoittaa, että jokainen yksittäinen asiakas on yhä merkittävämpi. Kohdistetulla markkinoinnilla ja erinomaisella laadulla tavoitetaan halutut asiakkaat, jotka ovat valmiita maksamaan saadakseen juuri heille räätälöityä palvelua. Uutena toimijana uudelle alalle tullessa näkyvyyttä ei vielä ole, mutta suunnitelmallisella markkinoinnilla, hyvillä asiakaskokemuksilla ja onnistuneella brändäyksellä näkyvyyttä lähdetään vähitellen kasvattamaan.

Mahdollisuudet: Koska kilpailua ei juurikaan ole, mahdollisuudet nousta alan johtavaksi ja suurimmaksi toimijaksi oikeanlaisella työllä ovat hyvät. Kun varsinainen työ yrityksen päätoimialan puolella on lähtenyt hyvin käyntiin, on mahdollista laajentaa myös muihin autovarustelun osa-alueisiin ja näin kasvattaa asiakaskuntaa huomattavasti, kuitenkin pysyen niin sanottuna premium-autovarusteluliikkeenä. Varsinkin itse asennettuja tuotteita voisi olla kannattavaa alkaa tuomaan maahan, ja näin välttää turhat välikädet tuotteiden hankinnassa. Tämä mahdollistaisi tuotteiden myynnin halvemmalla ja suuremmalla katteella. Kun yrityksen nimeä on saatu tehtyä tunnetuksi, on mahdollista alkaa myymään tiettyjä tuotteita omalla nimellä, ja myydä mahdollisesti jopa jonkinlaisia fani-tuotteita. Tämä vaatii kuitenkin merkittävää työtä ja erittäin hyvin onnistunutta brändäystä.

Uhat: Suurin kompastuskivi tulevan yrityksen toiminnalle voi olla palvelun ns. ”turhamainen” luonne. Tällä tarkoitetaan, että palvelu ei ole varsinaisesti välttämätön kenellekään, ja jokainen todennäköisesti selviää ilman kyseisen yrityksen palveluita. Tämä tulee näkymään eniten esimerkiksi taantuman aikana, kun ylimääräistä rahaa ei juurikaan ole kulutettavaksi. Tähänkin voidaan varautua luomalla omalle palvelulle kysyntää ja hankkimaan vakavaraista asiakaskuntaa, jonka maksuvalmius pysyy hyvänä. Tulevat kilpailijat, mahdollinen autoilun kehitys yrityksen kannalta huonoon suuntaa kuuluvat myös uhkiin normaalien yrittämisen uhkien lisäksi. Näihin kaikkiin voidaan kuitenkin varautua ennalta, ja pienentää niiden vaikutuksia ja esiintymisen mahdollisuuksia.

3.6 Henkilöstö

Henkilöstön palkkaamista tulee harkita tarkkaan ja ottaa huomioon kaikki palkattuun työvoimaan liittyvät vastuut. Toisaalta yrityksen kasvaessa ja työmäärän lisääntyessä työvoiman palkkaaminen voi tulla ajankohtaiseksi, mutta toisaalta tulee myös miettiä, onko yrittäjänä jo valmis lisävastuusiin, joita lisätyöntekijä tuo. Työntekijä tuo yritykselle huomattavasti lisäkuluja, jotka täytyy pystyä kattamaan. Uuden työntekijän täytyy siis pystyä ansaitsemaan yritykselle rahaa vähintään työntekijän itse yritykselle aiheuttamien kulujen verran. Pohdittavan on myös muut kysymykset, kuten onko yrittäjä itse valmis toimimaan esimiehenä. (Yrityksen-perustaminen.net n.d.b.)

Vanne- ja alustaliikkeeseen ei tulla heti aluksi palkkaamaan ulkopuolista työvoimaa. Joi-tain töitä varsinkin toimitilojen valmisteluvaiheessa teetetään varmasti ulkopuolisilla yrittäjillä (esimerkiksi tilojen sähkö- ja putkitöitä), joiden lisäksi kirjanpito ulkoistetaan heti alusta alkaen. Tarvittaessa kiireapua ja auttavia käsiä alun valmisteluihin ja toiminnan käynnistämiseen löytyy omasta lähipiiristä. Toiminnan lähtiessä hyvin käyntiin tullaan palkkaamaan työvoimaa, jotta yritys saadaan kasvamaan ja kehittymään.

3.7 Myytävät tuotteet ja palvelut

Todennäköisesti jo hyvin aikaisessa vaiheessa yrittäjälle on selvää mitä tuotteita ja/tai palveluita yritys tulee myymään. Lähtökohtana myytävälle tuotteelle voi olla esimerkiksi yrittäjän omat mieltymykset tai jokin muu seikka, joka on ohjannut hänet polulleen kohti yrityksen perustamista. Esimerkiksi intohimoiselle harrastelijavalokuvaajalle on luontevaa perustaa valokuvauksia suorittava yritys.

Yritysten myymät tuotteet ja palvelut kattavat lähes kaiken mahdollisen markkinoilla olevan, joten jokaisen yrittäjän tulee itse harkita, mitä hän myy ja mistä myytävä tuotteet tulevat. Tärkeää on kuitenkin pysyä johdonmukaisena oman tuotevalikoimansa kanssa. Esimerkiksi huippurannekelloja myyvän liikkeen ei todennäköisesti kannata ottaa valikoimiinsa halpoja muovisia kelloja pilaamaan omaa mainettaan ja valikoimaansa, tai autoja myyvän merkkiliikkeen ei ole järkevää ottaa myytäväksi kilpailevan merkin tuotteita. Yrityksellä pitää olla selkeä suunnitelma mitä tuotteita ja palveluja myydään, minkä hintaisia ja kuinka laadukkaita ne ovat, ja mistä tuotteet tulevat. Oma tuotevalikoima pitää myös suunnitella järkeväksi; tarjotaanko asiakkaille jokaiselta eri valmistajalta vähän

jotakin, keskitytäänkö vain eri merkkien huipputuotteisiin vai keskitytäänkö kenties vain yhden valmistajan tuotteisiin. Valikoima voi tietenkin myös uudistua tai kokonaan vaihtua, mutta jokaisen tuotteen kohdalle tulee pohtia mitä yritys tuotteen myynnillä saavuttaa, ja haluavatko asiakkaat ostaa kyseistä tuotetta. Tuotteiden hinnoittelua pohditaan myöhemmässä kappaleessa.

Vanne- ja alustaliikkeen tuotteisiin kuuluvat henkilö- ja pakettiautojen korkealaatuiset iskunvaimentajat, jouset, ilmajousitukset ja niiden osat, vanteet, renkaat, asennusosat, sekä omana osa-alueenaan rata-autojen jousituksen ja iskunvaimennuksen osat. Myytävät tuotteet tullaan hankkimaan osittain ostettavan yrityksen kontaktien kautta suoraan valmistajilta pääosin Euroopan alueelta. Muita tuotteita hankitaan ainakin yrityksen alkupuolella suomalaisilta maahantuojilta ja tukkumyyjiltä, mutta tarkoituksen on alkaa tuomaan maahan ainakin itse asennettavat tuotteet.

Suuri osa tuotteista tulee olemaan tieliikennekäyttöön suunnattuja, mutta osa varsinkin iskunvaimentimista ja jousista tulee olemaan vain rata-ajoon suunniteltuja. Myytäviin tuotteisiin valitaan tunnettujen huippuvalmistajien lisäksi tuotteita myös pienemmiltä valmistajilta, jotta pystytään tarjoamaan suhteellisen kattava valikoima huippulaatuisiin osiin keskittyneiltä valmistajilta. Alla on lueteltu eri valmistajamäärät, joilta tuotteita tullaan ottamaan myyntiin:

• vanteet	8–10 eri valmistajaa
• renkaat	3–5
• ilmajousituksen osat	2–3
• iskunvaimentimet	4–6
• jouset	5–7

Tällä eri valmistajista koostuvalla valikoimalla pyritään varmistamaan mahdollisimman kattava ja jokaisen asiakkaan tarpeita vastaava tuotetarjonta, joka on kuitenkin keskittynyt yrityksen edustamaan laadukkaaseen linjaan.

Yrityksen palveluihin kuuluvat kaikkien myytävien tuotteiden asennus, säätö ja huolto. Lisäksi hoidetaan autojen muutosten mahdollisesti vaatimat katsastukset yhteistyökumppaniasemalla, sekä suoritetaan erillisille asiakkaille nelipyöräsuuntauksia. Varsinkin kaikkein laadukkaimmat sekä lähes kaikki rata-autojen alustat valmistetaan ja säädetään tapauskohtaisesti asiakkaan vaatimusten ja ajoneuvon mukaan, sekä testataan iskunvaimennindynamometrillä, jotta vaimentimien toimintakyvyn voidaan oikeasti

todeta olevan vaaditulla tasolla. Palveluihin kuuluu myös luonnollisesti erittäin asiantunteva yksilöllinen asiakaspalvelu.

3.8 Sijainti ja toimitilat

Yritystä perustettaessa usein yksi isoimmista päätettävistä asioista on yrityksen toimitilat ja niiden sijainti. Toki yrityksen toimiala vaikuttaa paljon tilojen ja sijainnin merkitykseen, tietyt yritykset eivät välttämättä tarvitse ollenkaan erillisiä tiloja aloittaessaan toimintaansa. Vanne- ja alustaliikkeelle toimitilat tulevat olemaan merkittävä asia koko liiketoiminnan ja näkyvyyden kannalta, joten niihin aiotaan kiinnittää merkittävästi huomiota. Tilan tulee olla pinta-alaltaan noin 150–300m², ja mielellään omalla tontilla tai ainakin helposti erottuvana kokonaisuutena muusta rakennuksesta, jossa tila sijaitsee. Lähtökohtaisesti tilaksi etsitään kunnostettavaa, persoonallista tilaa, johon voidaan toteuttaa oman maun mukaan halutut muutokset. Ymmärrettävästi aloittavan yrityksen pitää myös elää markkinoiden mukaan ja hankkia paras järkevästi saatavilla oleva tila, joka sopii yrityksen imagoon ja täyttää vaatimukset asetetun budjetin ja rahoitus suunnitelman mukaan.

Toimitilat tullaan hankkimaan Turun seudulta suuren asiakaspotentiaalin ja yrittäjän asuinseudun perusteella. Tätä kirjoittaessa ei olla tultu vielä lopulliseen päätökseen tullaanko tila ostamaan vai vuokraamaan, ja onko sijainti Turussa vai jossain sen ympäristökunnista. Seuraavissa kappaleissa pohditaan lisää vuokra- ja omistustilojen, sekä eri sijaintien hyötyjä ja haittoja.

3.8.1 Vuokra- vai omistettu tila?

Vuokratilan ehdottomasti suurin etu on alkupääoman vähäisyys tilan hankinnassa. Toimitilan hankkimiseen ei tarvitse varata suurta siivua yrityksen alkurahoituksesta, vaan riittävään tilaan pääsee käsiksi vuokravakuuden maksulla. Iso osa vuokralle tarjottavista toimitiloista on myös räätälöitynä vuokralaisen toiveiden mukaan, esimerkiksi hallin tai halliosakkeiden koon mukaan, minkä lisäksi vuokratilat ovat usein uudehkoja tiloja kohotuullisilla varusteilla. Vastuu kiinteistön ylläpidosta voi jakautua vuokralaisen ja vuokranantajan välille mutta lopullinen vastuu on aina omistajalla.

Vuokratilan huonoihin puoliin kuuluu usein huono sijainti ja persoonattomuus. Vuokratilan kokonaisvaltainen remontoiminen omaan brändiin sopivaksi on usein mahdotonta tai ainakin melko turhauttavaa, koska toimitila ei ole oma ja remonttien tekeminen hyödyttää lopulta vain vuokranantajaa, jos remonteja edes saa tehdä. Toisaalta hyvän vuokranantajan kanssa nämäkin asiat ovat usein sovittelavissa. Iso osa vuokratiloista on nykyään osa talliosakekiinteistöä, joka on lohkottu useaan identtiseen palaan ja vuokrattu eri toimijoille. Tämä takaa toisaalta nykypäiväiset tilat jotenkin kohtalaisella vuokratasolla, mutta erottuvan tilan rakentaminen tällaiseen kohteeseen on vähintäänkin haastavaa. Vuokratilat sijaitsevat myös usein teollisuusalueilla, jotka sotivat persoonallisuutta vastaan.

Omistetun tilan suurin etu on juuri siinä, että tila on oma ja usein vielä omalla tontilla. Tämä tarkoittaa, että lähes kaikki muutokset, sisustukset ja pihavaihtoehdot ovat mahdollisia rakennusmääräysten ehdoilla, ja toimitilasta voi muokata lähes juuri haluamansa näköisen, kokoisen ja muotoisen, koska on itse vastuussa tilojen toimimisesta. Näin toimipaikasta saadaan luotua persoonallinen ja juuri omaan käyttötarkoitukseen sopiva. Tämä mahdollistaa myös esimerkiksi helpon laajentamisen tulevaisuudessa, tai tallirakennuksen uudelleen organisoinnin tarvittaessa. Oman tilan hankkiminen alkaa myös kerryttämään yritykselle omaa pääomaa, sillä ulkopuoliselle maksetun vuokran sijaan todennäköisesti lyhennettäisiin omaa lainaa.

Oman tilan hankkiminen vaatii yleensä suuren rahallisen panostuksen heti yritystoiminnan alussa, joka voi olla vaikeaa toteuttaa järkevästi. Tilan hankkiminen vie ison osan yrityksen perustamiseen suunnitellusta budjetista, ja voi pahimmillaan jarruttaa yrityksen kehittymistä ja kasvamista ainakin alkuvaiheessa. Iso osa Turun seudulla myynnissä olevista hallirakennuksista ovat perustettavalle yritykselle kooltaan joko liian pieniä ($\leq 100 \text{ m}^2$) tai vaihtoehtoisesti aivan liian suuria ($\geq 500 \text{ m}^2$). Ns. keskikokoisia halleja ei ole paljoa myynnissä (lukuun ottamatta talliosakekiinteistöjä, jotka jo aiemmin todettiin kyseiselle yritykselle huonoksi vaihtoehdoksi). Oma toimitila tuo luonnollisesti mukanaan myös ylläpito- ja hoitovastuut kyseisestä rakennuksesta ja tontista, joihin kuuluvat esimerkiksi pihojen ja rakennusten siistinä pitäminen, lumityöt, nurmikonleikkuut ja remontit.



Kuva 1. Esimerkkikuva talliosakkeesta (Talliosake n.d.)

3.8.2 Sijainti ja merkitys

Toimitilat ja varsinkin niiden sijainti on uudelle yritykselle erittäin tärkeä asia menestyksensä yritystoiminnan harjoittamiseksi. Toki yrityksen toimiala vaikuttaa todella paljon toimitilojen ja sijainnin vaikutukseen, mutta joka tapauksessa niitä voidaan pitää todella merkittävänä seikkoina. Verrataan esimerkiksi päivittäistavarakauppaa, jolle on todella tärkeää olla helposti ihmisten tavoitettavissa, ja LVI-yrittäjää, jolle toimitilat toimivat vain varasto- ja työtiloina, jonne asiakkaiden ei odotetakaan tulevan käymään.

Vanne- ja alustaliikkeen toimitilojen sijainti sijoittuu tärkeydessään näiden kahden edellä mainitun esimerkin väliin. Liikkeeseen ei odoteta jatkuvaa asiakasvirtaa ohikulkevista ihmisistä, joten liikkeen ei tarvitse sijaita aivan ns. parhaalla paikalla aivan kaupungin keskustan tai liikekeskusten ytimessä. Toisaalta liikkeen tulee sijaita erittäin hyvien kulkuyhteyksien varrella ja helposti erottuvalla paikalla, jotta paikalle saapuvat asiakkaat löytävät liikkeen helposti.

Liiketila tullaan hankkimaan Turun seudulta pääosin suurehkon asiakasmäärän ja yrittäjän oman asuinalueen vuoksi. Tila sijaitsee joko Turussa, tai jossain sen

ympäryskunnista. Lopulta sijainnin määrittä se, mistä tarkoitukseen kokonaisvaltaisesti parhaiten sopiva tila löydetään.

3.8.3 Pohjapiirros ja sisustus

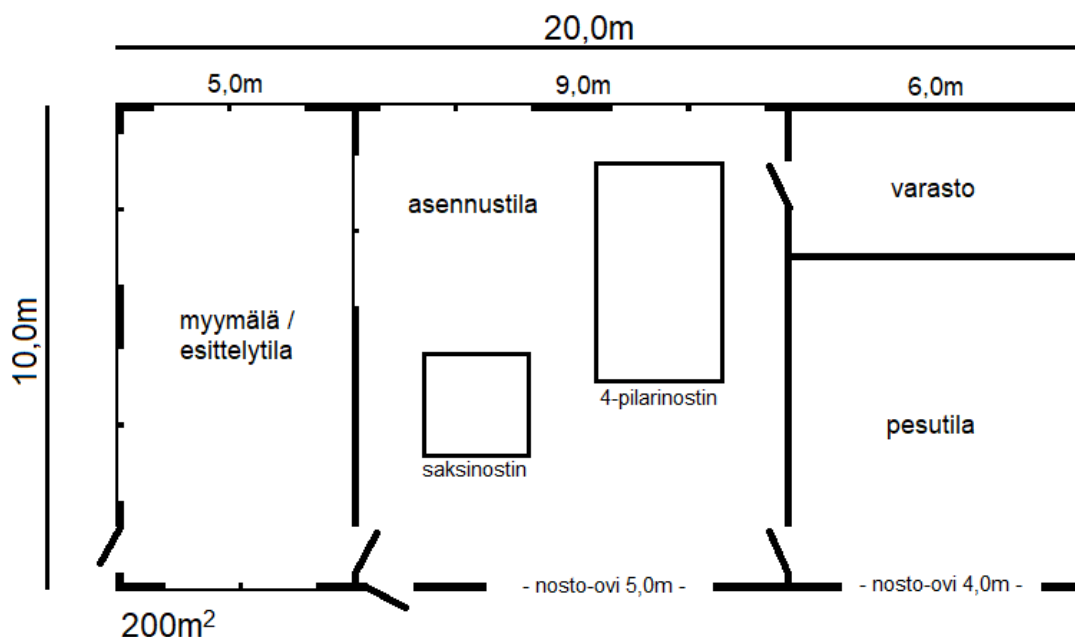
Lähtiessä etsimään yritykselle toimitiloja, on hyvä kartoittaa tilalle asetetut vaatimukset rakennuksen ulkonäön, tilajaon ja muiden varusteiden suhteen. Tämä helpottaa havainnollistamaan millaista tilaa oikeastaan on hakemassa, mitä toimintoja tilaan tulisi saada sovitettua ja miten tilaa alkaa valmistelemaan. On hyvin todennäköistä, että juuri omanlaista tilaa ei ainakaan heti yrityksen aloituspaikaksi löydy oman budjetin rajoissa, mutta huolellinen suunnittelu mahdollistaa myös tietyn määrän joustamista ja helpottaa oikeanlaisen toimitilan löytämistä.

Alla olevassa kuvassa on suunnitelma vanne- ja alustaliikkeen toimitilaksi, jos yritykselle löydettäisiin järkevä oma hallirakennus. Suunnitelma on tässä vaiheessa luonnollisesti vasta suuntaa antava, mutta auttaa hahmottamaan mitä tulevalta tilalta vaaditaan.

Myymäla / esittelytilan tulee olla tarpeeksi suuri, jotta myytävät tuotteet (pääosin alustat ja vanteet) saadaan näyttävästi esille. Myymälätila antaa asiakkaalle ensimmäisen vaikutelman sisään astuessa, joten tilan sisutukseen ja suunnitteluun pitää käyttää aikaa ja harkintaa. Asiakkaalle pitää välittyä viesti, että hän on astunut ammattimaiseen autonvarusteluliikkeeseen, jossa asiakasta palvellaan paremmin kuin hän osaa odottaa. Esillä olevat myyntituotteet antavat asiakkaalle mahdollisuuden päästä tutustumaan tuotteisiin lähemmin, jotta kaikkea ei tarvitse tutkia vain tietokoneen näytöltä. Isoista ikkunoista myymälästä näkee suoraan asennuspuolella, jossa autot ovat työnalla.

Asennuspuolen järjestys tulee suunnitella ennen kaikkea toimivaksi ja työtä helpottavaksi. Suunnittelua ohjaa kuitenkin paljon hallin siisteys ja väljyys; kaikelle on oma paikkansa ja tilansa. Asennuspuolen järjestyksen määrää paljon isohko nelipilarinostin, joka on välttämätön alustatöiden ja pyöränsuuntaustöiden kannalta, sekä rengas- ja tasapainotuskoneet. Seinille tulee riittävästi kaappitilaa ja työtasoja. Pesutila on muusta hallista erillisinä, jossa asiakkaiden autot voidaan pestä ennen alustatöiden aloittamista. Varastotila on välttämättömyys asennustilan siisteyden kannalta, jotta tallin seinän vieret eivät täyty paikkaansa vailla olevasta tavarasta. Myös paineilmakompressori, painepesuri ja muut suuremmat laitteet voidaan sijoittaa ja säilyttää varastossa.

Hallin pihan tulisi ehdottomasti olla asfaltoitu, varsinkin kun kyseessä on henkilöauton alustoihin ja vanteihin erikoistunut liike. Pihan ei tarvitse olla suuri, muutama parkkipaikka pihan sivulla riittää. Myös hallin ulkonäköön pitää panostaa esimerkiksi värien ja oman yrityksen isojen näyttävien mainoksien avulla; ulkopuoli antaa asiakkaalle ensivaikutelman jo ennen sisälle astumista. Värimaailmaa sisällä ja ulkona tulee hallitsemaan musta, valkoinen ja harmaa jonkin tehostevärien kanssa.



Kuva 2. Pohjapiirros.

3.8.4 Jätehuolto ja muu ylläpito

Yrityksen valmistellessa uutta liiketilaansa, tulee huolehtia myös aivan perusasioista, kuten sähkösopimuksista ja sähkövirran riittävydestä omien työkonien käyttöön, vesi- ja jätevesimaksuista sekä jätehuollon järjestämisestä. Lähtökohtaisesti yrityksen tulee itse järjestää oma jätehuoltonsa kysymällä tarjouksia esimerkiksi eri jätehuoltopalvelualan yrityksiltä (Suomi.fi 2019). Yrityksen jätehuollossa tulee ottaa huomioon myös oman alan jätehuollolle aiheuttamat erityistarpeet, kuten esimerkiksi vaaralliset tai ympäristölle haitalliset jätteet, niiden varastointi ja hävitys. Vanne- ja alustaliikkeen toiminnasta syntyvä jäte vastaa melko pitkälti perinteisen autokorjaamon toiminnasta syntyvää jätettä (esimerkiksi energia- ja metallijäte, jäteöljy ja auton renkaat) mutta määrät ovat huomattavasti pienempiä.

Muuhun toimitilojen ylläpitoon kuuluvat esimerkiksi siivoaminen, piha-alueiden siistinä pitäminen, lumityöt, nurmialueiden hoito, ja kiinteistön yleinen huolto (maalaukset, remontit). Vastuut vaihtelevat merkittävästi sen mukaan onko kyseessä oma vai vuokrattu tila.

4 RAHOITUS

Aloittava yritys tarvitsee lähes aina rahaa oman toimintansa aloittamiseen. Vaadittava alkupääoma vaihtelee tietenkin merkittävästi eri yritysten ja niiden harjoittamien toimialojen välillä. Esimerkiksi vain omaa työtään myyvän TV-juontajan tarvitsema pääoma on todennäköisesti vain murto-osa autoliikkeen perustamiseen vaadittavasta. Kun yritys on saatu jo tuottamaan rahaa, varsinkin toiminta ja jopa osittain tulevat investoinnit pitää pystyä kattamaan omalla tulorahoituksella. (Uusyrityskeskus 2020d.)

Yrityksen käynnistämiseen tarvittavan rahoituksen tulee selvitä liiketoimintasuunnitelmaan kuuluvasta rahoituslaskelmasta. Laskelmassa tulee ottaa huomioon ainakin yritystoiminnan ensimmäiset kuukaudet, joiden aikana yritys ei välttämättä vielä tuota tarpeeksi rahaa jatkuvaan kannattavaan toimintaan. Pitää myös muistaa, että itse yrittäjän on suoriuduttava henkilökohtaisesta elämästään yrityksen alkuaikoina, kun toiminta ei vielä ole täysin kannattavaa. (Uusyrityskeskus 2020d.)

Valitettavan usein syynä uuden yrityksen toiminnan lopettamiseen on juuri rahan puute, jonka vuoksi toiminta ei pääse lähtemään kunnolla käyntiin. Onneksi yritysten ulkopuoliseen rahoitukseen on olemassa todella laaja kirjo erilaisia rahoitusvaihtoehtoja. Näihin kuuluvat esimerkiksi suorat pankkilainat, erilaiset Suomen valtion ylläpitämät rahoittajat (mahdollista saada lainaa tai takauksia pankkilainaan), yksityiset yritysten rahoittamiseen erikoistuneet toimijat, ELY-keskusten tarjoamat kehittämis- ja yritysrahoitukset, TE-palvelulta haettava palkkatuki työntekijän palkkaamiseen tai yrittäjälle myönnettävä starttiraha toimeentulon turvaamista varten. Mahdollisuuksia yritystoiminnan rahoittamiseen on siis monia, ja jokaisen yrittäjän tulee käyttää aikaa suunnitellakseen omalle yritykselleen toimivan rahoitusmallin. (Yrityksen-perustaminen.net n.d.c.)

4.1 Oma ja vieras pääoma

Oma pääoma tarkoittaa yrityksen tai usein myös yrittäjän omarahoituksena yritykseensä sijoittamaa rahaa tai omaisuutta. Vieraalla pääomalla tarkoitetaan yrityksen ulkopuolelta tulevaa rahoitusta, esimerkiksi pankkilaina tai leasing-rahoituksella ostetut työkalut.

Yrittäjän oman varallisuuden sijoittaminen yritykseen nähdään usein mielekkäänä ja edullisimpana vaihtoehtona. Esimerkiksi itse yrityksen perustamista varten säästettyjen

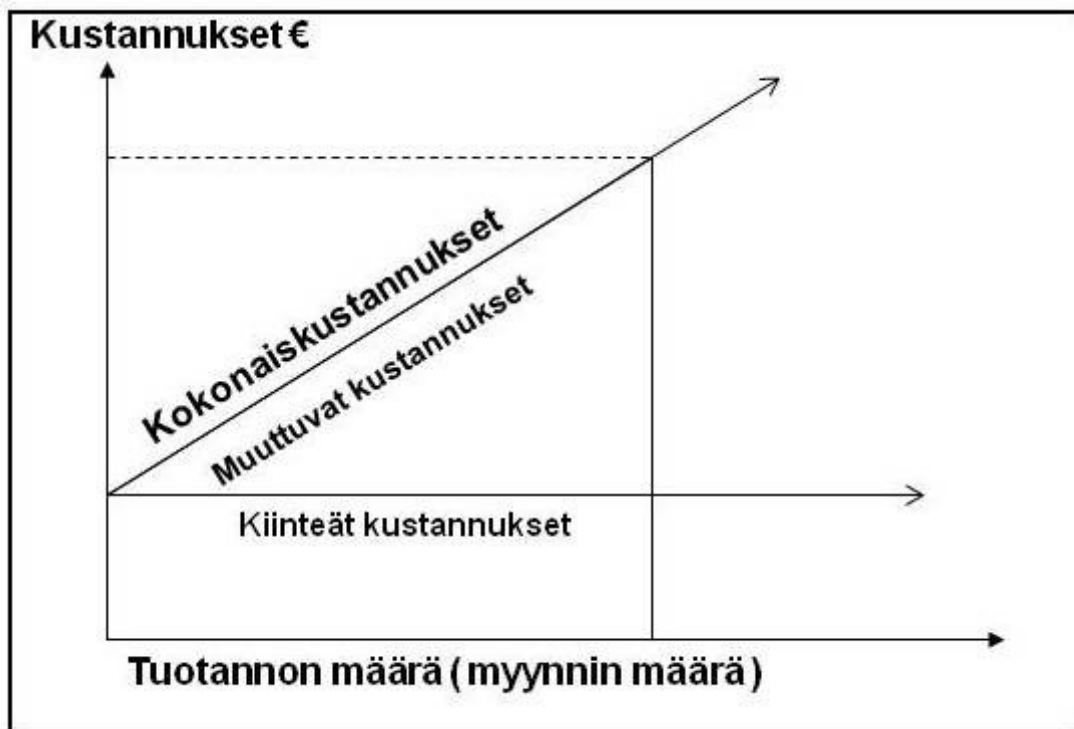
rahojen sijoittaminen on yritykselle ns. ”ilmaista” rahaa, jota ei tarvitse maksaa takaisin. Yrittäjän tulisi saada sijoittamansa rahat takaisin oman yrityksensä taloudellisen menestymisen kautta. Usein yrittäjä sijoittaa myös omaisuuttaan antamalla esimerkiksi omia kiinteistötilojaan tai työkalujaan yrityksen käyttöön.

Usein oman rahoituksen lisäksi vaaditaan myös vierasta, takaisin maksettava pääomaa ulkoisen rahoituksen muodossa. Edellä käsiteltiin monia Suomessa tarjolla olevia yrityksen rahoitusmuotoja, joista yrittäjän tulee hakea omaan käyttötarkoitukseensa parhaiten sopivaa rahoitusta. Rahoituslaskelman avulla tulee suunnitella aloittavan yrityksen oman ja ulkoisen rahoituksen tarve, sen hakeminen ja takaisinmaksu.

4.2 Tuotteiden hinnoittelu

Myytävien tuotteiden hinnoitteluiden tulee yksinkertaisuudessa olla sellainen, että se kattaa kaikki yrityksen toiminnasta aiheutuvat kulut ja mielellään kerryttää yritykselle varallisuutta. Tuotteiden hinnoittelua suunnitellessa tulee myös tutkia mahdollisten kilpailijoiden hintoja, mutta samalla muistaa, että omat tuotteet hinnoitellaan omien suunnitelmien mukaan. Jos myydään huomattavasti laadukkaampia tuotteita, palvelu on parempaa tai monipuolisempaa tai yritys tuottaa jotain muuta merkittävää lisäarvoa asiakkaalle, on täysin perusteltua myydä vastaavaa tuotetta suuremmalla hinnalla. On myös täysin myytävistä tuotteista ja palveluista sekä kyseessä olevasta yrityksestä riippuvaista, onko tavoitteena, nyt hieman yksinkertaistettuna, myydä paljon pienellä katteella vai vähän suurella katteella. (Noora Monte 2017.)

Lähdettäessä suunnittelemaan omaa hinnoittelua, tulee ensin pohtia yrityksen kiinteät kulut. Näihin kuuluvat kaikki myynnistä riippumattomat kulut, esimerkiksi tilojen vuokra, puhelinlasku, yrityksen vakuutukset ja lainan lyhennykset. Kiinteisiin kuluihin kuuluvat myös mahdolliset myyntiin johtamattomat asiakastapaamiset tai epäonnistuneet hankinnat. Kiinteät kulut tulee käydä huolellisesti läpi, jotta saadaan selville rahamäärä, joka myynnillä vähintään pitää tienata yrityksen kattaakseen omat pakolliset kulunsa. Muuttuviin kuluihin taas kuuluvat kaikki myyntitapahtumaan liittyvät kustannukset, esimerkiksi tuotteet ostohinta, tehdylle työlle suunniteltu hinta tai mahdollisten arvokkaiden työkoneiden käyttökustannukset työtä suoritettaessa. Alla esitetystä kuvaajasta käy hyvin ilmi kiinteiden ja muuttuvien kulujen luonne. (Noora Monte 2017.)



Kuvio 2. Kiinteät ja muuttuvat kustannukset (Osaavayrittaja.fi n.d.)

Kun yrityksen ansaitsemasta myyntituotosta vähennetään kaikki kiinteät ja muuttuvat kulut sekä verot, jäljelle jää yrityksen tekemä voitto. Voitosta voidaan vielä vähentää yrittäjän palkka ja palkan sivukulut, mutta varsinkin hyvin menestyvällä yritykselle palkka on voitu laskea mukaan jo kiinteisiin kuluihin, jos yrityksen tekemä voitto on saatu pysyvästi yli asetetun tason. Saavutetulla voitolla pitäisi siis kattaa kaikki kulut, yrittäjän palkka, mahdollisuuksien mukaan kerryttää yrittäjälle loma- ja sairausajan rahoja, varautua mahdollisiin myynnin kannalta hiljaisempiin hetkiin tai muihin äkillisiin rahaa vaativiin tilanteisiin, sekä säästää suunniteltuja tulevia investointeja varten. (Noora Monte 2017.)

Myytävien tuotteiden oikein suunniteltu hinnoittelu on siis todella tärkeää yrityksen menestymisen kannalta. Tuotteiden alihinnoittelu saattaa joissain tilanteissa kuulostaa houkuttavalta myynnin kasvattamiseksi, mutta todellisuudessa alihinnoittelulla ei pystytä mitenkään kattamaan yrityksen kuluja, vaikka myynti saataisiinkin hieman lisääntymään. Omia hintoja tulee tarkistaa tasaisin väliajoin katteen pitämiseksi riittävällä tasolla. Esimerkiksi jo inflaatio ajaa nostamaan hintoja hieman vuosittain määritellyn katteen ylläpitämiseksi (Yritystulkki n.d.).

4.3 Laskelmat

Rahoituslaskelman avulla selvitetään, paljonko yrityksen perustamiseen tarvitaan rahaa, ja miten raha tullaan hankkimaan. Laskelma kannattaa tehdä jo yrityksen perustamisen alkuvaiheilla, jotta osataan varautua realistisesti tarvittavan rahoituksen hankintaan. Hyvä rahoituslaskelma ottaa huomioon kaikki yrityksen perustamista varten tarvittavat investoinnit sekä muutaman ensimmäisen kuukauden menot, joihin kuuluvat esimerkiksi toimitilan vuokra, markkinointikulut ja yrittäjän palkka. Rahamäärän lisäksi suunnitellaan mistä tarvittava rahoitus tullaan hankkimaan. Yrittäjällä voi olla jo osa tarvittavista työkaluista tai omaa pääomaa, jonka lisäksi voidaan tarvita esimerkiksi pankkilainaa tai muuta ulkopuolista rahoitusta. (Janne Arola 2019.)

Rahoituslaskelmaa tehdessä yrityksen perustamisen ja alkuvaiheiden rahankäyttöön pitää oikeasti perehtyä, jotta laskelmasta saadaan realistinen. On erittäin tärkeää, että laskelmaan muistetaan huomioida kaikki kuluja aiheuttavat seikat, ja että esimerkiksi hankittavien työkalujen hinnat ovat oikein. Jos ulkoista pääomaa haetaan esimerkiksi pankkilainana, on hyvä hakea kerralla varmasti riittävä määrä, jotta pääoman puutteen kanssa ei olla pulassa. Toisaalta tarvittavan rahamäärän kanssa ei kannata liioitella. (Janne Arola 2019.)

Rahoituslaskelmaa tulee päivittää yrityksen perustamisvaiheiden muutosten mukana. Liiketoimintasuunnitelma ja sen osana rahoituslaskelma ja kannattavuuslaskelma muodostavat kokonaisuuden, jolla ohjataan suurta osaa yritysten toiminnasta. Kaikki osat vaikuttavat toisiinsa, joten yhden muuttuessa on hyvä tarkastaa sen vaikutukset myös muihin suunnitelmiin. (Janne Arola 2019.)

Perustettavan yrityksen kannattavuuslaskelmaan kirjataan ylös kaikki yrityksen suunniteltu rahaliikenne, johon kuuluvat jo edellisissä kappaleissa käsitellyt kiinteät ja muuttuvat kulut sekä myynnillä tienattu tuotto ja suunniteltu rahoituslaskelma. Kannattavuuslaskelma on yksinkertainen tapa koota menot ja tulot yhteen, ja arvioida ovatko yrityksen perustamissuunnitelmat realistisia, sekä päästäänkö niillä asetettuihin liikevaihdon ja -voiton tavoitteisiin. Yrityksen menot kannattaa arvioida hieman yläkanttiin ja tulot alakanttiin, jotta välttyttäisiin mahdollisilta yllätyksiltä. Kannattavuuslaskelman avulla saadaan selville niin sanottu kriittinen piste, jossa tulot kattavat yrityksen menot, mutta varsinaista tulosta ei vielä synny, tai vastaavasti voidaan määritellä sellainen myynnin, hintojen ja kustannusten yhdistelmä, jolla saavutettaisiin haluttu tuotto (Uusyrityskeskus

2020g). Kannattavuuslaskelmaa tarvitaan oman toiminnan suunnittelemisen lisäksi myös esimerkiksi haettaessa yritykselle rahoitusta tai erilaisia tukia. (Miia Esa 2019.)

Vanne- ja alustaliikkeen tapauksessa laskettiin alustavat versiot rahoitus- ja kustannuslaskelmista, jotka löytyvät liitteistä numero yksi ja kaksi. Kustannuslaskelma on täydennettävissä kattavammaksi kannattavuuslaskelmaksi myynti- ja katetietojen avulla, mutta kyseisessä tapauksessa myytävistä tuotteista ja palveluista ei ole vielä tarpeeksi tietoa saatavilla luotettavan kannattavuuslaskelman tekemistä varten. Tiedot saataisiin vasta yrityskaupan perusteellisemmän suunnittelun jälkeen.

Molempiin laskelmiin vaikuttavat huomattavasti ostettavan yrityksen lopullinen hinta, ja sen mukana tulevien työkalujen ja myyntivaraston määrä, jotka vaikuttavat edelleen suuresti tarvittavan alkupääoman määrään. Yrityksen hinta on arvioitu laskuissa omien tietojen pohjalta, ja toimitilaksi on valittu vuokratila. Rahoituslaskelmaan on otettu mukaan kaikki hyvin toimivan liikkeen perustamista varten vaadittavat laitteet ja välineet, ja kustannuslaskelmassa on laskettu summa, joka kattaa yrityksen ylläpitämisestä aiheutuvat kiinteät kulut. Kun tähän kustannuslaskelmaan lähdetään lisäämään tuotteiden ja palveluiden myynti- ja katetietoja, tulee huomata, että myynnin seurauksena tuoton lisäksi muuttuvat kustannukset alkavat kasvaa, ja näin yrityksen ylläpitämiseen tarvittava rahamäärä nousee.

5 MUUT PERUSTAMISEEN LIITTYVÄT ASIAT

Yrityksen perustamiseen liittyy vielä muutamia muita hoidettavia asioita jo aiemmin luetelluiden lisäksi. Nämäkin ovat erittäin riippuvaisia yrityksen yritysmuodosta, toimialasta, toimialueesta ja toiminnan laajuudesta sisältäen esimerkiksi mahdollisesti vaaditut luvat, vapaaehtoiset sekä pakolliset yrityksen vakuutukset (yrittäjän eläkevakuutus) ja pankkimaksupääte ja laskutuspalveluiden järjestäminen. Seuraavissa kappaleissa käsitellään vielä erityisesti vanne- ja alustaliikkeen perustamiseen liittyviä asioita, jotka tulee järjestää ennen kuin toiminnan aloittaminen on käytännön tasolla mahdollista.

5.1 Luvat

Suurimmalla osalla toimialoista Suomessa ei tarvita erillistä lupaa toiminnan harjoittamiseen. Tätä kutsutaan elinkeinovapaudeksi, joka sallii laillisen ja hyvän tavan mukaisen yritystoiminnan harjoittamisen. On kuitenkin aloja, jotka vaativat erikseen haettavan luvan tai luvat, jotta voidaan varmistua yritystoiminnan haitattomuudesta esimerkiksi ympäristölle, yhteiskunnalle tai yrityksen asiakkaille. Lisäksi joillakin aloilla vaaditaan erillinen ilmoitus viranomaisille, vaikka erillistä lupaa ei tarvitakaan. (Uusyrittäjäkeskus 2020e.)

Ennen yritystoiminnan aloittamista on tärkeää hankkia toiminnan mahdollisesti vaativat luvat. Lupia myöntävät eri tahojen lupaviranomaiset ja luvanvaraiset toimialat löytyvät suomi.fi verkkosivuilta (Suomi.fi n.d.). Luvan saamiseen voivat vaikuttaa esimerkiksi vaatimus hakijan ammattipätevyydestä tai oikeustoimikelpoisuudesta, mutta vaatimukset vaihtelevat eri alojen välillä. Suuri osa luvista on määräaikaista ja uusittava tietyin väliajoin. Joissain tapauksissa tietyillä aloilla voidaan vaatia lupia monilta eri tahoilta, ja myös niiden peruuttaminen on mahdollista, jos haltija ei ole toiminut määräysten mukaan. (Uusyrittäjäkeskus 2020e.)

Erikseen haettavien lupien lisäksi kaikkien yritysten tulee noudattaa yleisiä työturvallisuuteen ja työsuojeluun liittyviä lakeja ja asetuksia. Näihin kuuluvat myös paloturvallisuutta koskevat lait sekä jätelaki.

Lupa-asioissa vanne- ja alustaliikkeen tulee noudattaa hyvin pitkälti autokorjaamoille asetettuja vaatimuksia. Ajoneuvojen huoltamiseen liittyvät luvat koskevat vain osittain raskasta- ja ammattiliikennettä, sekä pakokaasumittauksia ja ilmastointihuoltoja

(Traficom 2019). Sähkö- ja hybridautojen huoltamiseen vaaditaan yleinen SFS 6002 - sähkötyöturvallisuuskoulutus. Tämä koulutus tulee olla suoritettuna, jotta alustamuutoksia voidaan tehdä turvallisesti myös korkeajännitettä käyttäviin autoihin. Myös musiikin julkiseen soittamiseen esimerkiksi yrityksen toimitiloissa vaaditaan oma ilmoituksensa ja maksun suorittaminen tekijänoikeusjärjestölle. Vanne- ja alustaliikkeen perustamisvaiheessa vaaditaan vain edellä mainitut luvat, myöhemmin toiminnan mahdollisesti laajetessa hankitaan tarvittavat luvat.

5.2 Vakuutukset

Lähes aina yrittäjän ainoa pakollinen vakuutus on YEL- eli yrittäjän eläkevakuutus. Joillakin aloilla on olemassa myös muita alan piirteistä johtuvia lakisääteisiä vakuutuksia, joiden lisäksi on olemassa mahdollisesti palkattaville työntekijöille pakolliset vakuutukset (työntekijöiden tapaturma-, työttömyys- ja eläkevakuutus). (Yrityksen-perustaminen.net n.d.d.)

YEL-vakuutus on hankittava kuuden kuukauden kuluessa yritystoiminnan aloittamisesta. Vakuutus kattaa yrittäjän toimeentulon liiketoiminnan vähentyessä tai kokonaan loppuessa sairauden, työttömyyden tai eläkkeellä jäämisen takia. Toisin sanoen YEL on yrittäjällä sosiaaliturvan perusta, ja sen taso vaikuttaa myös esimerkiksi saatavan vanhempainpäivärahan määrään. Yrittäjä määrittelee itse eläkevakuutuksensa tason, mutta sen tulisi kuitenkin vastata rahamäärää, joka vastaavalla ammattitaidolla varustetulle työntekijälle tulee maksaa. Vakuutuksen voi ottaa itse valitsemaltaan vakuutusentarjoajalta, mutta hinta on aina sama prosenttiosuus määritellystä YEL-tulosta. Uudet yrittäjät ovat oikeutettuja 22 prosentin alennukseen maksusummasta ensimmäisen neljän yrittäjävuoden ajan. (Yrityksen-perustaminen.net n.d.d.)

Vapaaehtoisia vakuutuksia on olemassa huomattava määrä erilaisia, ja jokaisen yrittäjän tuleekin miettiä, mitkä vakuutukset ovat omalle yritykselle järkeviä ja ajankohtaisia. Vakuutuksia kannattaa ehdottomasti vertailla eri vakuutusyhtiöiden kesken, sekä selkeästi suunnitella ensin pakollisten ja sen jälkeen vapaaehtoisen vakuutusten hankinta. Osa vapaaehtoisista vakuutuksista saattaa esimerkiksi olla ajankohtaisia vasta myöhemmin yrityksen toiminnan kasvaessa. Kaikki tarpeellinen kannattaa vakuuttaa, mutta toisaalta vakuutukset aiheuttavat merkittäviä kuluja, eli turhia vakuutuksia ei ole järkevää maksaa. (Yrityksen-perustaminen.net n.d.d.)

Yrittäjien yleisiin vapaaehtoiisiin vakuutuksiin kuuluvat esimerkiksi yrittäjän tapaturma-, sairausturva-, matka-, vastuu-, keskeytys- ja omaisuusvakuutus. Varsinkin yrityksen toiminnan tai tuotteiden vastuuvakuutus on monelle yrittäjälle suositeltava vakuutus, sillä se kattaa yleisesti yrittäjän vahingosta tai viallisesta tuotteesta ulkopuoliselle aiheutuneita vahinkojen kuluja vakuutusehtojen mukaisesti. Myös yrityksen toiminnan äkillisen keskeytymisen kuluja korvaava keskeytysvakuutus ja yrittäjän itsensä terveyttä takaavat tapaturma- ja sairausturvavakuutukset ovat usein hyödyllisiä. (Yrityksen-perustaminen.net n.d.d.)

Vakuutusten lisäksi yrittäjä voi liittyä vapaaehtoisen yrittäjien työttömyyskassan jäseneksi. Työttömäksi jäädessä ja työssäoloehdon täytyttyä työttömyyskassasta voi nostaa ansiosidonnaista päivärahaa. Suomen ainoa yrittäjille suunnattu kassa, Suomen yrittäjien työttömyyskassa, maksaa päivärahaa vain yritystoiminnan lopettaneille jäsenilleen. Jos ei ole työttömyyskassan jäsen, työmarkkinatukea voi hakea Kelan kautta. (Yrittäjäkassa 2020.)

Perustettavan vanne- ja alustaliikkeen vakuutuksiksi pakollisten lisäksi valitaan todennäköisesti heti alussa yrityksen vastuuvakuutus, mikäli tarjolla on sopivilla ehdoilla olevia vakuutuksia. Suunnitelmien toteutuessa vanne- ja alustamuutoksia tullaan tekemään paljon myös huomattavasti yli keskihinnan oleviin autoihin, jonka vuoksi vakuutusten tulee olla kunnossa asennuksessa mahdollisen asennuksessa sattuneen virheen vuoksi. Muita tarjouspyyntöjä tehdessä harkittavia vakuutuksia yrityksen alkuvaiheessa ovat ainakin omaisuusvakuutus, sekä yrittäjän sairaus- ja tapaturmavakuutus.

5.3 Pankkipalvelut, maksupäätte ja laskutus

Pankkipalveluiden hankkiminen kuuluu yrityksen perustamisen ensimmäisiin vaiheisiin. Näihin kuuluvat pankkitili, nettipankki ja mahdolliset maksukortit. Joissain tapauksissa on mahdollista käyttää henkilökohtaista tiliään myös yrityksen tilinä, mutta selvytyden vuoksi on usein helpointa perustaa yritykselle oma tili. Esimerkiksi osakeyhtiön pankkitili tulee ilmoittaa kaupparekisteriin ja Verohallinnolle. (Pauli Reinikainen 2018.)

Yritysten pankkipalvelut ovat pieniä vaihteluita lukuun ottamatta melko samankaltaisia, joten taas on yrittäjän vastuulla vertailla, mistä löytyvät juuri omaan käyttöön tarpeeksi laajat palvelut sopivaan hintaan. Vakuutukset ja pankkipalvelut voi olla mahdollista ottaa

samalta toimijalta, mikä kannattaa ottaa huomioon palveluiden hintoja vertaillessa. (Pauli Reinikainen 2018.)

Maksupäätteen hankinta on usein välttämätöntä, ja myös siihen liittyviä toimenpiteitä on hyvä tiedustella pankilta, josta muutkin palvelut päädytään ottamaan. Maksupäättepalveluja tarjoavat kuitenkin monet eri toimijat, joten vertailemalla eri vaihtoehtoja löytyy itselle sopiva tarjoaja. Palveluista perittävät kustannukset vaihtelevat huomattavasti erilaisina kuukausikustannusten ja korttimaksupalkkioiden yhdistelminä. Laitteissa löytyy eroavaisuuksia pienistä mobiililaitteisiin kytkettävistä aina kiinteästi asennettaviin päätteisiin. Myös käteisen rahan vastaanottamiseen tulee olla varautunut. (Pauli Reinikainen 2018.)

Yrityksestä riippuen iso osa tulevista maksuista voidaan hoitaa laskutuksella. Lasku kannattaa antaa tavaran toimittamisen yhteydessä tai lähettää heti toimituksen jälkeen. Laskun maksuaika saa olla enintään 30 päivää, mutta asiakkaan kanssa voi sopia myös enintään 60 päivän maksuajasta. Yrityksen kannalta lyhyt maksuaika on aina parempi, jotta raha saadaan siirtymään nopeasti omalle tilille uuteen käyttöön. (Suomen Yrittäjät n.d.b.)

Laskut voidaan lähettää vastaanottaja huomioiden joko paperisena, sähköpostitse tai verkkolaskuna. Verkkolaskujen käyttäjien määrä kasvaa koko ajan sen helppouden ja kustannustehokkuuden vuoksi. Verkkolaskutuspalveluiden tarjoajia löytyy monia, mutta varsinkin alkuun on hyvä kääntyä oman pankkinsa puoleen satunnaisten verkkolaskujen lähettämisessä. Laskutuksen voi myös ulkoistaa erillisille laskutuspalveluja tarjoaville yrityksille, jotka veloittavat tietyn osuuden laskun loppusummasta. (Suomen Yrittäjät n.d.b.)

Itse lähetettyihin laskuihin löytyy hyviä pohjia, joista voi muokata oman yrityksensä ulkoasuun sopivan, kunhan huolehtii, että laskusta löytyy kaikki pakolliset merkinnät. Merkintöihin kuuluvat esimerkiksi laskun päivämäärä, myyjän Y-tunnus sekä tiedot ostetusta tuotteesta. Tarkat ohjeet laskun merkintöihin löytyy osoitteesta vero.fi (Vero.fi 2019). Kaikki kirjanpitoon liittyvä aineisto tulee säilyttää kuusi vuotta päättyneen tilikauden kalenterivuoden lopusta. Näihin kuuluvat myös korjaus- ja hyvityslaskut. (Suomen Yrittäjät n.d.b.)

Jos asiakas ei maksa laskuaan, virallisen maksumuistutuksen voi lähettää 14 päivän kuluttua eräpäivästä. Maksumuistutuksia lähetetään yleensä kaksi, jonka jälkeen perimisen voi siirtää perintätoimiston hoidettavaksi. Maksumuistutuksiin lisätään usein myös muistutuskulu. (Suomen Yrittäjät n.d.b.)

Osamaksun tarjoaminen asiakkaalle on usein järkevä vaihtoehto tehdä ostaminen helpommaksi ja vauhdittaa omaa myyntiä. Osamaksupalvelu kannattaa ehdottomasti ottaa ulkopuoliselta tarjoajalta, koska maksupalvelut ovat usein yrittäjälle täysin ilmaisia, ja antavat asiakkaalle mahdollisuuden päättää miten he haluavat laskun suorittaa. Lisäksi osamaksupalvelun tarjoaja tilittää usein koko laskun hinnan yritykselle laskunluomisen jälkeen ja hoitaa maksun saamisen asiakkaalta. (Jousto n.d.)

Vanne- ja alustaliikkeelle osa pankkipalveluista on jo hankittuna osakeyhtiön kautta. Aputoiminimellä toimivalle liikkeelle kannattaa kuitenkin perustaa vielä oma pankkitili, johon liitetään maksupääte- ja maksukorttipalvelut. Yrityksen käyttöön riittää ainakin alkuun yksinkertainen, esimerkiksi tablettiin liitettävä maksupääte, sillä maksutapahtumia tulee todennäköisesti olemaan suhteellisen vähän, kertaostoksen ollessa suurempi. Maksupäätteen lisäksi maksutavoiksi otetaan käteinen raha, sekä osamaksupalvelut. Kertaostoksen oletetaan lähes aina olevan satoja tai tuhansia euroja, jonka vuoksi helpon osamaksun tarjoaminen auttaa varmasti kauppohen syntymistä.

Mahdolliset laskut lähetetään mieluiten sähköpostitse yrityksen omien sähköpostiosoitteiden välityksellä. Myös paperisten laskujen lähetys luonnollisesti onnistuu, ja verkkolaskujen lähetyspalvelu otetaan käyttöön, jos sille nähdään tarvetta. Yrityksen verkkosivuille riittää todennäköisesti samat maksutavat kuin liikkeessä on käytössä, verkkosivujen rakenteen selvityksessä maksutavat saadaan paremmin selville.

5.4 Työkalujen ja tarvikkeiden hankinta

Ennen toiminnan aloittamista tulee hankkia työhön tarvittavat työkalut, tarvikkeet ja muut toiminnan kannalta tärkeät välineet. Näitä ovat esimerkiksi valokuvaajalle kamera, tietokone ja muokkausohjelmat tai kahvilan perustajalle kahvikoneet, kassat ja tuotehyllyt. Tarvittavat välineet vaihtelevat tietenkin todella paljon toimialan mukaan.

Työkaluja ja välineitä hankkiessa pitää keskittyä ensin kaikkien aivan välttämättömien tavaroiden hankintaan, joita ilman toimintaa ei voida aloittaa. Työtä hieman helpottavia tai vielä parempia työkaluja on mahdollista hankkia myöhemmin, jotta yrityksen perustamiseen vaadittava rahamäärä ei kasva turhaan suureksi. Toisaalta väärässä paikassa ei kannata yrittää säästää, koska tällä tavoin kokonaiskustannus nousee todennäköisesti lopulta suuremmaksi, tai huonolla halvalla työkalulla työtä ei saada hyvin suoritetuksi.

Leasing-rahoitus tai osamaksu on hyvä vaihtoehto varsinkin kalliimpien työkoneiden ja välineiden hankintaan.

Tarvikkeita hankkiessa on hyvä kysyä tarjouksia eri toimittajilta parhaan hinnan saamiseksi. Kaikki tarvittavat välineet kannattaa kirjata ylös ja suunnitella niiden hankinnalle oma budjetti. Alussa tarvitaan yllättävän paljon erilaisia koneita, toimistotarvikkeita, pöytiä ja muita lähes jokaisen yrityksen toimitiloihin kuuluvia tavaroita. Hyvällä suunnittelulla alkupääoma riittää kattamaan alun tarvikehankinnat.

Osa tarvikkeista voi löytyä yrittäjältä jo entuudestaan, esimerkiksi matkapuhelin tai tietokone nettiyhteydellä löytyy jo lähes jokaiselta, ja näitä voidaan käyttää myös yrityksen hyväksi. Kaikkea ei tarvitse ostaa uutena, vaan käytetyt tavarat ja työkalut voivat olla hyvä keino pienentää hankintabudjettia. Tulee muistaa myös verotuksessa tehtävä hankintojen alv-vähennys arvonlisävelvolliselta myyjältä ostettaessa.

Vanne- ja alustaliikkeen kalleimmat hankinnat tulevat ehdottomasti olemaan asennuspuolen työkalut. Ostettavalta yritykseltä saadaan osa erikoistyökaluista, mutta varsinkin perinteiset työkalut tulee hankkia muilta toimittajilta. Alle on listattu karkeasti yrityksen perustamisessa vaadittavat hankinnat.

- 3D-pyöränsuuntauslaite
- Nelipilari- tai ajosiltasaksinostin
- Iskunvaimennindynamometri
- Rengaskone
- Tasapainotuskone
- Paineilmakompressori ja paineilmaverkko
- Metallisorvi
- Painepesuri
- Korjaamo-ohjelmisto
- Työpöydät ja kaapit
- Varastohyllyt
- Yleiset työkalut (räikkävaimet ja hylsysarjat, kiintoavaimet, meisselisarjat, pulttipyssyt, momenttiavain ym.)
- Esittelytilojen vastaanottotiski ja penkit
- Esiteltävien tuotteiden telineet
- Tietokoneet ja tulostin

6 YHTEENVETO JA POHDINTA

Työn aiheeksi valikoitui henkilö- ja pakettiautojen jousitusratkaisuihin, vanteisiin ja renkaisiin, sekä kilpa-autojen alustoihin erikoistuneen yrityksen perustaminen. Ajatus oman yrityksen perustamisesta autoalalle on pyörinyt mielessä jo pitkään, ja kyseistä ideaa ehdittiin hautoa vähintään muutama kuukausi ennen opinnäytetyön aloittamista. Ison vaikutuksen työn kiinnostavuuteen tuo mahdollisuus ostaa vuosia kilpa-autojen alustojen kanssa toiminut pieni yritys osaksi omaa yritystä, ja saada näin osa valmista yritystoimintaa. Työn tavoitteena on laatia kattava liiketoimintasuunnitelma vanne- ja alustaliikelle, josta käy ilmi vähintään yrityksen liikeidea, ja sen toteuttamiseen johtavat toimenpiteet.

Työ alkoi tutustumalla huolellisesti yrityksen perustamiseen liittyviin toimenpiteisiin ja keräämällä lisää tietoa siihen liittyvistä lain määrittämisestä seikoista. Yritysten toiminnasta oli jo entuudestaan melko paljon tietoa, mikä teki lisätiedon hankinnan huomattavasti helpommaksi ja antoi mahdollisuuden perehtyä hankittuun tietoon syvällisemmin. Tietolähteinä käytettiin pääosin yritystoiminnan aloittamiseen keskittyneitä verkkosivuja sekä blogeja, joita löytää todella paljon, ja niillä olevan tiedon voi olettaa olevan melko ajantasaista ja paikkaansa pitävää. Erityisen merkittävänä tietolähteenä toimi Uusyrityskeskuselta tilattu Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2020, johon on kerätty todella kattavasti yrityksen perustamisessa huomioon otettavia seikkoja.

Työ alkaa lyhyellä selostuksella yrityksen perustamisen vaiheista, jonka jälkeen aletaan pohtimaan liiketoimintasuunnitelmaa, mitä sen pitäisi sisältää ja millainen sen tulisi rakenteeltaan olla. Markkinointia ja toimitiloja käsitellään laajasti, ja niiden uskotaankin olevan tärkeässä roolissa varsinkin uudelle erikoiselle yritykselle asiakkaiden löytämisessä ja vahvan brändin luomisessa. Rahoitus on erotettu liiketoimintasuunnitelmasta omaksi kappaleekseen, jotta siihen voidaan keskittyä omana osionaan. Lopussa on pohdittu vielä muita yrityksen perustamiseen liittyviä asioita, joita ei ole selvyiden vuoksi haluttu sekoittaa osaksi varsinaista liiketoimintasuunnitelmaa -osiota.

Teksti etenee käsittelemällä aina ensin yleisesti tiettyä aihetta, ja siihen liittyvää teoriaa, jonka jälkeen samaa pyritään soveltamaan vanne- ja alustaliikkeen tapaukseen ja näin luomaan kattavaa liiketoimintasuunnitelmaa. Jokaisessa osuudessa ei ole sukkellettu äärettömän syvälle, vaan pääpaino on pidetty oman tulevaisuuden yrityksen kannalta tärkeimmissä kohdissa.

Rahoitus- ja kustannuslaskelma ovat vasta suuntaa antavia, sillä ostettavan yrityksen hinta, ja sen kautta tulevien työkalujen sekä myyntivaraston määrä vaikuttavat huomattavasti alussa tarvittavan pääoman määrään. Kun yrityskaupan yksityiskohdat ovat selvät, alettaisiin suunnittelemaan uusien toimittajien ja tuotteiden hankintaa. Laskelmista on kuitenkin huomattavissa yrityksen melko suuri, pääosin työkaluhankinnoista, toimitilasta ja myyntivarastosta johtuva alkuinvestointien määrä, jota voidaan kuitenkin pienentää esimerkiksi osamaksusopimuksilla. Kaikkiaan rahoitus- ja kustannuslaskelmat näyttävät toteutuskelpoisilta.

Vanne- ja alustaliikkeen haasteiksi nousevat ehdottomasti palvelun rajallinen asiakas-kunta ja vastaavanlaisen palvelun puuttuminen tällä hetkellä käytännössä kokonaan. Onnistuneella markkinoinnilla ja järkevällä työllä yritystoiminta olisi kuitenkin uskottavasti mahdollista saada hyvinkin kannattavaksi ja ehkä myöhemmin jopa hyötyä kilpailun puutteesta, kun asiakkaat alkavat löytämään yrityksen palvelut. Myös mahdollisuudet toiminnan monenlaiselle laajentamisella ovat melko hyvät.

Tuloksena on saatu tavoitteiden mukainen monia eri seikkoja yrityksen perustamisessa tutkiva työ. Moni vanne- ja alustaliikkeen perustamista koskeva asia sai tarkastelun alla erilaisia näkökulmia, ja yrityksen kannattavuudesta saatiin hyvä kuva. Laskelmien tekemistä haittasivat puutteelliset tiedot suunnitellusta yrityskaupasta, mutta hyvät suuntaa antavat laskelmat saatiin silti luotua. Oma tietämys yrityksen perustamisesta, ja varsinkin sen alkuvaiheiden toiminnasta on vahvistunut entisestään, ja kyseisen yrityksen perustaminen on hyvinkin mahdollista tulevaisuudessa. Opinnäytetyö antaa erinomaiset valmiudet, ja jo monelta eri kantilta suunnitellun pohjan täysin valmiin, kaiken kattavan ja oikeasti yrityksen käyttämän liiketoimintasuunnitelman luomiseen.

LÄHTEET

Janne Arola 2019. Rahoituslaskelma paljastaa paljonko tarvitse euroja. Y-studio.fi. Viitattu 10.6.2020. <https://y-studio.fi/yrityksen-perustaminen/laskelmat/rahoituslaskelma/>

Jousto n.d. Usein kysyttyä. Viitattu 11.6.2020. <https://www.jousto.com/verkkokauppiaille/useinkysyttya>

Kanava.to n.d. Asiakasprofiili tehostaa viestintää ja markkinointia. Viitattu 7.6.2020. <https://kanava.to/asiakasprofiili/>

Miia Esa 2019. Tee kannattavuuslaskelma – se paljastaa, onko ideassa järkeä. Y-studio.fi. Viitattu 10.6.2020. <https://y-studio.fi/yrityksen-perustaminen/laskelmat/kannattavuuslaskelma-paljastaa-onko-ideasssa-jarkea/>

NewCo Helsinki n.d. Liiketoimintasuunnitelma (LTS), LTS-pohja (docx). Viitattu 16.6.2020. <https://newcohelsinki.fi/fi/liiketoimintasuunnitelma-lts/>

NikuCreative, 2020. Markkinointisuunnitelma. Viitattu 7.6.2020. <https://nikucreative.fi/markkinointisuunnitelma/>

Noora Monte 2017. Tuotteen hinnoittelu. Talousverkko.fi. Viitattu 10.6.2020. <https://www.talousverkko.fi/tuotteen-hinnoittelu/>

OnnistuYrittäjänä.fi n.d.a. Liiketoimintasuunnitelma. Viitattu 1.6.2020. <https://www.onnistuyrittajana.fi/artikkeli/liiketoimintasuunnitelma-ohje>

OnnistuYrittäjänä.fi n.d.b. Liiketoimintasuunnitelma. Viitattu 1.6.2020. <https://www.onnistuyrittajana.fi/artikkeli/liiketoimintasuunnitelma-ohje>

OnnistuYrittäjänä.fi n.d.c. Toisen asiakkaan saaminen. Viitattu 7.6.2020. <https://www.onnistuyrittajana.fi/artikkeli/toisen-asiakkaan-saaminen>

Osaavayrittaja.fi n.d. Tuotot ja kustannukset. Viitattu 14.6.2020. <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/tuotot-ja-kustannukset>

Pauli Reinikainen 2018. Maksupäätteet hintavertailussa: iZettle, Nets vai Verifone? Yrittajat.fi. Viitattu 11.6.2020. <https://www.yrittajat.fi/uutiset/572780-maksupaatteet-hintavertailussa-izettle-nets-vai-verifone>

Puranen, T. 2018. Markkinointisuunnitelma – Strateginen suunnittelu. Ammattijohtaja.fi. Viitattu 7.6.2020. <https://www.ammattijohtaja.fi/markkinointisuunnitelma-strateginen-suunnittelu/>

Silja Eisto 2019. Millainen on hyvä liikeidea? OP.Media. Viitattu 3.6.2020. <https://op.media/yrityselama/yrittajyyys/millainen-on-hyva-liikeidea-8968b8afe4ae42b4b1ed31a093fd1d28>

Suomen riskienhallintayhdistys n.d. Nelikenttäanalyysi – SWOT. Viitattu 8.6.2020. <https://pk-rh.fi/tools/swot.html>

Suomen Yrittäjät 2019. Osakeyhtiö. Viitattu 5.6.2020. <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yritysmuodot-ja-vastuut/osakeyhtio-317935#quickset-valilehti=0>

Suomen Yrittäjät n.d.a. Yritysmuodot ja vastuut. Viitattu 4.6.2020. <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yritysmuodot-ja-vastuut-316303>

Suomen Yrittäjät n.d.b. Yrityksen laskutus kuntoon. Viitattu 11.6.2020. <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustaminen/yrityksen-laskutus-kuntoon-566003>

Suomi.fi 2019. Yrityksen jätehuolto. Viitattu 9.6.2020. <https://www.suomi.fi/yritykselle/vastuut-ja-velvollisuudet/ymparistovastuu/opas/yrityksen-jatehuollon-jarjestaminen/yrityksen-jatehuolto>

Suomi.fi n.d. Luvat ja velvoitteet. Viitattu 11.6.2020. <https://www.suomi.fi/yritykselle/vastuut-ja-velvollisuudet/luvat-ja-velvoitteet>

Talliosake n.d. Kolmekulman talliosake. Viitattu 1.6.2020. <https://www.talliosake.fi/myydaan/kolmenkulman-talliosake/>

Traficom 2019. Autokorjaamot. Viitattu 11.6.2020 <https://www.traficom.fi/fi/liikenne/tieliikenne/autokorjaamot>

Uusyrityskeskus 2020a, 52–53. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2020. Viitattu 4.6.2020. https://ejulkaisu.grano.fi/grano/perustamisopas_2020#p=53

Uusyrityskeskus 2020b, 56–57. Perustamisopas alkavalla yrittäjälle 2020. Viitattu 5.6.2020. https://ejulkaisu.grano.fi/grano/perustamisopas_2020#p=57

Uusyrityskeskus 2020c, 34–37. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2020. Viitattu 7.6.2020. https://ejulkaisu.grano.fi/grano/perustamisopas_2020#p=35

Uusyrityskeskus 2020d, 29. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2020. Viitattu 10.6.2020. https://ejulkaisu.grano.fi/grano/perustamisopas_2020#p=29

Uusyrityskeskus 2020e, 42–43. Perustamisopas alkaville yrittäjille 2020. Viitattu 11.6.2020. https://ejulkaisu.grano.fi/grano/perustamisopas_2020#p=43

Uusyrityskeskus 2020f, 20. Perustamisopas alkaville yrittäjille 2020. Viitattu 14.6.2020. https://ejulkaisu.grano.fi/grano/perustamisopas_2020#p=20

Uusyrityskeskus 2020g, 21. Perustamisopas alkaville yrittäjille 2020. Viitattu 14.6.2020 https://ejulkaisu.grano.fi/grano/perustamisopas_2020#p=20.

Vero.fi 2019. Laskutusvaatimukset arvonlisäverolaskutuksessa. Viitattu 11.6.2020. <https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48090/laskutusvaatimukset-arvonlis%C3%A4verotuksessa/>

Wirma n.d. Liiketoimintasuunnitelma ja laskelmat. Viitattu 5.6.2020. <https://www.wirma.fi/palvelut/aloittavat-yritykset/yleistietoa-yrityksen-perustajalle/liiketoimintasuunnitelma-ja>

Yrittäjäkassa 2020. Jos jäät työttömäksi. Viitattu 11.6.2020. <https://syt.fi/jos-jaat-tyottomaksi/>

Yrityksen-perustaminen.net n.d.a. Liiketoimintasuunnitelma (LTS). Viitattu 2.6.2020. <https://yrityksen-perustaminen.net/liiketoimintasuunnitelma-lts/>

Yrityksen-perustaminen.net n.d.b. Ensimmäisen työntekijän palkkaaminen. Viitattu 9.6.2020. <https://yrityksen-perustaminen.net/tyontekijoiden-palkkaaminen/>

Yrityksen-perustaminen.net n.d.c. Yrityksen rahoitus. Viitattu 10.6.2020. <https://yrityksen-perustaminen.net/rahoitus/>

Yrityksen-perustaminen.net n.d.d. Yrittäjän ja yrityksen vakuutukset. Viitattu 11.6.2020. <https://yrityksen-perustaminen.net/yrityksen-vakuutukset/>

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä n.d. Perustamisilmoitus. Viitattu 5.6.2020. <https://www.ytj.fi/index/ilmoittaminen/perustamisilmoitus.html>

Yritystulkki n.d. Hinnoittelu. Viitattu 10.6.2020. <https://www.yritystulkki.fi/fi/alue/oulu/toimiva-yritystaja/hinnoittelu/>

Rahoituslaskelma

Kohde	EUR
Yrityksen perustamismenot	100
Toimitilan vuokra* ja vuokravakuus	5 000
Toimitilan remontit	5 000
Alkuvarasto	7 000
Tarvikkeet	1 500
Markkinointi*	1 000
Asennuspuolen työkalut (kalleimmat laitteet osamaksulla* tai leasing*)	5100
Asennuspuolen varustelu	3 000
Myyntipuolen varustelu	2 000
Käyttöpääoma*	2 000
Puhelin ja netti*	120
Vakuutukset*	900
Muut kulut	1 500
Yrittäjän palkka*	4 500
Yrityksen osto (arvio)	65 000
	= 38 720

*Juoksevat kulut on otettu huomioon ensimmäisten kolmen kuukauden ajalta.

Rahan tarve yhteensä	38 720 € + yrityksen ostoon arvioitu 65 000 €
-----------------------------	--

(Uusyrityskeskus 2020f)

Kustannuslaskelma

	EUR / Kk	EUR / 12 kk
Tavoitetulos (yrittäjän palkka + kulut)	2 000	24 000
Lainan lyhennys ja korko	1050	12 600
Osamaksut ja leasing	800	9 600

Kohde	EUR / Kk	EUR / 12 kk
Toimitilan vuokra	1 000	12 000
Toimitilan muut kulut	40	480
Markkinointi	300	3 600
Puhelin ja netti	40	480
Vakuutukset	300	3 600
Toimistokulut	20	240
Matkakulut	200	2 400
Kirjanpito	150	1 800
Ohjelmistolisenssit	30	360
Muut kulut	30	360

	EUR / Kk	EUR / 12 kk
Yrityksen kiinteiden kulujen kattamiseen vaadittava rahamäärä	5960	71 520

(Uusyrityskeskus 2020g)

Liiketoimintasuunnitelma

Yrityksen nimi (työnimi): Vanne- ja alustaliike

Laatija: Aarni Salminen

Päivämäärä: 16.6.2020

1. Liikeidea

Myynti-, huolto- ja asennusliike, joka on erikoistunut henkilö- ja pakettiautojen alustoihin, vanteisiin, renkaisiin, sekä omana osa-alueenaan rata-autojen jousitus- ja iskunvaimenninratkaisuihin.

Ns. avaimet käteen palvelu.

2. Osaaminen

Yrittäjällä pitkä kokemus rata-ajo- ja maantieliikenteen puolelta.

3. Tuotteet

Henkilö- ja pakettiautojen korkealaatuiset iskunvaimentajat, jouset, ilmajousitukset ja niiden osat, vanteet, renkaat ja asennusosat.

Rata-autojen jousituksen ja iskunvaimennuksen osat.

Myytävien tuotteiden asennus, säätö ja huolto, tehtyjen muutosten katsastusten järjestäminen, sekä nelipyöräsuuntaukset.

4. Suunniteltu asiakaskunta

Noin 30–50-vuotiaat (todennäköisesti enemmistö miehiä), jotka haluavat varustella ja parantaa autonsa ulkonäköä laadukkailla tuotteilla.

Kilpa-autojen alustoille rata-ajotiimit ja kuljettajat, jotka haluavat varustaa autonsa huippulaadukkailla iskunvaimennin- ja jousisarjoilla.

5. Markkinointi

Isossa roolissa uuden palvelu löytymiselle.

Valtteina alan olematon tarjonta, yrittäjän kilpa-ajotausta, kokemus vastaavasta työstä sekä erittäin ammattitoinen ja henkilökohtainen palvelu.

Verkkosivut, somet ja alan tapahtumat.

6. SWOT -analyysi

Vahvuudet:

- ei juurikaan kilpailua
- erikoistuminen oman alansa tiettyyn osa-alueeseen
- Takana ostetun yrityksen vuosien kokemus
- Yrittäjän monipuolinen kokemus alasta

Heikkoudet:

- Varsinkin alkuun tarvitaan vierasta pääomaa
- Asiakaskunta todella rajattu
- Tunnettavuus pitää luoda tyhjästä

Mahdollisuudet:

- Olla tämän osa alueen johtava toimija
- Laajentaa toimintaa muuhun autovarusteluun
- Ryhtyä maahantuojaaksi erityisesti omille tuotteille
- Brändin vahvistuttua omat ”fanituotteet”

Uhat:

- ”Turha palvelu”, josta luovutaan helposti
- Tulevat kilpailijat
- Autoilun kehityksen suunta

7. Tavoite

Luoda toiminnaltaan kannattava yritys, josta tulee oman alansa johtava toimija. Tulevaisuudessa laajentaa palvelutarjontaa ja perustaa uusia toimipisteitä.

8. Rahoitus

Perustamiseen vaadittava pääoma noin 39 000 euroa, jonka lisäksi yrityskaupan kulut. Täydelliset ja luotettavat rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat saada, kun yrityskaupan yksityiskohdat ovat täysin selvät.

9. Muut asiat

Yritysmuoto: osakeyhtiö, johon perustetaan oma aputoiminimi.

Vakuutukset: YEL ja vastuuvakuutus, mahdollisesti omaisuus-, sairaus- ja tapaturmavakuutus.

Toimitila: vuokratila, joka sisustetaan omaa yritystä edustavaksi.

Sijainti: Turun alue, hyvät kulkuyhteydet, lähellä potentiaalisia asiakkaita ja yrittäjän omalla asuinseudulla.

Pankkipalvelut: aputoiminimelle oma tili, maksukortti ja maksupääte.

Luvat: SFS 6002.

Henkilöstö: ei työntekijöitä ainakaan aluksi, kirjanpito ulkoistetaan.

Työkalut ja tarvikkeet: osa ostettavalta yritykseltä, aluksi hankitaan vain välttämättömät toiminnan suunniteltuun käynnistämiseen.

(NewCo Helsinki n.d.)